
SEGMENTASI PENONTON K-DRAMA BERDASARKAN GENRE FAVORIT DAN DURASI MENONTON DENGAN METODE *K-MEANS*

Krisna Mutiara Saragi

Universitas Asahan, Asahan

e-mail: krisnamutiara@gmail.com

Abstract: *This study aims to segment K Drama viewers based on genre preferences and viewing duration in order to obtain a deeper understanding of audience behavior characteristics. Audience segmentation is essential as a foundation for formulating more targeted content development and marketing strategies. This research employs the K Means method as a clustering technique in data analysis by utilizing viewer data classified according to favorite genres and viewing duration. The clustering process was conducted through several stages, including the determination of the optimal number of clusters and the analysis of the resulting cluster centroids. The results indicate that K Drama viewers can be grouped into several segments with distinct characteristics in terms of genre preferences and viewing intensity. Each cluster represents a specific viewing behavior pattern and demonstrates significant variations in preferences across segments. The conclusion of this study shows that the application of the K Means method is effective in providing a systematic and objective segmentation of K Drama viewers. Therefore, the findings of this research can be utilized as a reference for decision making in content development and marketing strategies within the entertainment industry.*

Keywords: *K Drama; audience segmentation; genre preference; viewing duration; K Means*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melakukan segmentasi penonton *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai karakteristik perilaku audiens. Segmentasi penonton diperlukan sebagai dasar dalam perumusan strategi konten dan pemasaran yang lebih tepat sasaran. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *K Means* sebagai salah satu teknik *clustering* pada analisis data, dengan memanfaatkan data penonton yang diklasifikasikan berdasarkan genre favorit dan durasi menonton. Proses pengelompokan dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari penentuan jumlah kluster hingga analisis pusat kluster yang terbentuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penonton *K Drama* dapat dikelompokkan ke dalam beberapa segmen yang memiliki karakteristik berbeda, baik dari sisi kecenderungan genre yang diminati maupun intensitas durasi menonton. Setiap kluster merepresentasikan pola perilaku penonton yang spesifik dan menunjukkan adanya variasi preferensi yang signifikan antarsegmen. Simpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode *K Means* mampu memberikan gambaran segmentasi penonton *K Drama* secara sistematis dan objektif, sehingga hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam pengembangan konten dan strategi pemasaran industri hiburan.

Kata kunci: *K Drama; segmentasi penonton; genre favorit; durasi menonton; K Means*

PENDAHULUAN

Perkembangan industri hiburan digital mengalami percepatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya

penggunaan platform *streaming* sebagai media utama konsumsi konten audio visual. Salah satu produk budaya yang mengalami peningkatan popularitas secara global adalah *K Drama*, yang tidak

hanya diminati di negara asalnya tetapi juga memiliki basis penonton yang luas di berbagai negara, termasuk Indonesia. Fenomena ini menunjukkan adanya perubahan pola konsumsi hiburan, di mana penonton memiliki keleluasaan dalam memilih konten serta menentukan intensitas durasi menonton sesuai preferensi masing masing (Supiarza, 2022).

Popularitas *K Drama* tidak terlepas dari keberagaman genre yang ditawarkan serta kemampuan naratif yang mampu menjangkau berbagai segmen audiens. Penonton tidak hanya mengonsumsi satu jenis genre, tetapi cenderung mengeksplorasi berbagai kategori cerita yang disesuaikan dengan kebutuhan hiburan, emosional, maupun sosial. Kondisi ini mendorong terbentuknya pola perilaku menonton yang beragam, baik dari sisi genre favorit maupun durasi menonton, sehingga audiens *K Drama* tidak dapat dipandang sebagai kelompok yang homogen (Ariana Salsabila et al., 2024).

Dalam konteks industri hiburan digital, pemahaman terhadap karakteristik penonton menjadi aspek penting dalam pengembangan strategi konten dan pemasaran. Platform hiburan yang tidak mampu mengenali perbedaan perilaku audiens berisiko menghasilkan konten yang kurang relevan dan tidak optimal dalam menjangkau target penonton. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan analitis yang mampu mengelompokkan penonton ke dalam segmen segmen tertentu berdasarkan karakteristik yang dimiliki, sehingga strategi pengembangan konten dapat dilakukan secara lebih terarah (Pakpahan & Fa, 2020).

Segmentasi penonton merupakan proses pengelompokan audiens berdasarkan kesamaan karakteristik tertentu dengan tujuan untuk memahami pola perilaku dan preferensi konsumsi secara lebih sistematis. Dalam kajian analisis data, segmentasi sering dilakukan menggunakan teknik *clustering* yang termasuk ke dalam pendekatan *unsupervised learning*. Teknik ini

memungkinkan pengelompokan data tanpa label awal dan berfokus pada kemiripan antar objek berdasarkan variabel yang digunakan (Akinosho et al., 2023).

Salah satu metode *clustering* yang banyak digunakan dalam proses segmentasi adalah metode *K Means*. Metode ini bekerja dengan mengelompokkan data ke dalam sejumlah kluster berdasarkan jarak terdekat terhadap pusat kluster atau *centroid*. Keunggulan metode *K Means* terletak pada kesederhanaan algoritma, efisiensi komputasi, serta kemampuannya dalam menangani data dengan jumlah relatif besar, sehingga metode ini relevan untuk diterapkan dalam segmentasi penonton *K Drama* yang melibatkan variasi preferensi genre dan durasi menonton (Muhammad Syahid Pebriad et al., 2023).

Preferensi genre dan durasi menonton merupakan dua variabel penting dalam merepresentasikan perilaku konsumsi hiburan digital. Preferensi genre mencerminkan kecenderungan minat penonton terhadap jenis cerita tertentu, sedangkan durasi menonton menggambarkan tingkat keterlibatan penonton terhadap konten yang dikonsumsi. Kombinasi kedua variabel tersebut memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai intensitas dan pola perilaku menonton *K Drama*, sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam proses segmentasi audiens (Hariyansah, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan teknik segmentasi berbasis *clustering* mampu mengungkap pola perilaku audiens yang tidak terlihat secara langsung melalui analisis deskriptif sederhana. Segmentasi yang tepat dapat membantu industri hiburan dalam mengidentifikasi segmen penonton potensial, menyesuaikan strategi konten, serta meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Dengan demikian, pendekatan segmentasi penonton tidak hanya memiliki nilai akademis, tetapi juga relevan secara

praktis dalam konteks industri hiburan digital (*Supiarza, 2022*).

Pemahaman mengenai perilaku penonton dalam konteks hiburan digital tidak dapat dilepaskan dari konsep segmentasi audiens. Segmentasi audiens dipahami sebagai upaya pengelompokan individu ke dalam kelompok-kelompok yang memiliki kesamaan karakteristik, sehingga perbedaan pola konsumsi dapat dianalisis secara lebih sistematis. Dalam kajian media dan hiburan, segmentasi menjadi pendekatan penting karena audiens tidak lagi bersifat pasif, melainkan aktif dalam memilih, mengakses, dan menentukan konten yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi masing-masing (*Supiarza, 2022*).

Perilaku menonton pada platform digital dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah preferensi terhadap genre tayangan. Genre tidak hanya merepresentasikan kategori cerita, tetapi juga mencerminkan kebutuhan emosional, minat naratif, serta ekspektasi penonton terhadap suatu konten. Dalam konteks *K Drama*, keberagaman genre yang ditawarkan berperan penting dalam membentuk variasi perilaku menonton di kalangan audiens, di mana penonton dengan preferensi genre yang beragam cenderung memiliki fleksibilitas dalam memilih tayangan, sementara penonton dengan preferensi genre tertentu menunjukkan pola konsumsi yang lebih selektif (*Ariana Salsabila et al., 2024*).

Selain preferensi genre, durasi menonton merupakan indikator penting dalam mengukur tingkat keterlibatan penonton terhadap konten hiburan digital. Durasi menonton mencerminkan sejauh mana penonton mengalokasikan waktu dan perhatian terhadap suatu tayangan, di mana durasi menonton yang tinggi umumnya menunjukkan tingkat keterlibatan yang lebih kuat, sedangkan durasi menonton yang rendah dapat mengindikasikan konsumsi yang bersifat situasional. Oleh karena itu, durasi menonton dapat digunakan sebagai variabel yang relevan dalam

mengidentifikasi perbedaan intensitas konsumsi *K Drama* (*Hariyansah, 2021*).

Kombinasi antara preferensi genre dan durasi menonton memberikan kerangka konseptual yang lebih komprehensif dalam memahami perilaku penonton. Preferensi genre menggambarkan arah minat penonton, sementara durasi menonton menunjukkan kedalaman keterlibatan terhadap konten. Dengan menggabungkan kedua variabel tersebut, segmentasi audiens dapat dilakukan secara lebih bermakna karena mampu menangkap variasi perilaku menonton dari sisi minat dan intensitas konsumsi (*Pakpahan & Fa, 2020*).

Dalam analisis perilaku audiens berbasis data, pendekatan *clustering* digunakan untuk mengelompokkan individu berdasarkan kemiripan karakteristik tanpa memerlukan kategori awal. Pendekatan ini memungkinkan identifikasi pola perilaku yang tidak selalu terlihat melalui analisis deskriptif. Metode *K Means* sebagai salah satu teknik *clustering* banyak digunakan karena kemampuannya dalam mengelompokkan data secara efisien berdasarkan kedekatan karakteristik, sehingga penerapannya dalam segmentasi penonton *K Drama* memberikan kerangka analitis untuk memahami struktur audiens secara objektif (*Akinosho et al., 2023*).

Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, segmentasi penonton *K Drama* tidak hanya dipandang sebagai proses pengelompokan data, tetapi juga sebagai upaya untuk memahami dinamika perilaku konsumsi hiburan digital. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk mengungkap variasi perilaku menonton yang muncul akibat perbedaan preferensi genre dan durasi menonton, sehingga memberikan dasar konseptual yang kuat bagi analisis segmentasi audiens dalam konteks *K Drama* (*Supiarza, 2022*).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini difokuskan pada segmentasi penonton *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton menggunakan metode *K*

Means. Penelitian ini bertujuan untuk mengelompokkan penonton ke dalam beberapa kluster dengan karakteristik perilaku menonton yang berbeda, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih sistematis mengenai struktur audiens *K Drama*. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian perilaku penonton serta mendukung perumusan strategi konten dan pemasaran yang lebih sesuai dengan karakteristik masing-masing segmen audiens (Ariana Salsabila et al., 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk melakukan segmentasi penonton *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengolahan data numerik dan pengelompokan objek penelitian secara sistematis melalui penerapan teknik analisis data. Data penelitian dianalisis untuk mengidentifikasi pola kemiripan perilaku menonton yang tidak dapat diperoleh secara optimal melalui pendekatan deskriptif sederhana.

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari responden penonton *K Drama* melalui instrumen kuesioner. Kuesioner dirancang untuk mengumpulkan informasi terkait preferensi genre dan durasi menonton responden. Preferensi genre direpresentasikan dalam bentuk variabel biner yang menunjukkan ketertarikan responden terhadap genre tertentu, sedangkan durasi menonton digunakan sebagai indikator intensitas konsumsi *K Drama*. Pemilihan kedua variabel tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa genre dan durasi menonton merupakan representasi utama dari minat serta tingkat keterlibatan penonton terhadap konten hiburan digital.

Sebelum dilakukan proses analisis *clustering*, data yang telah terkumpul

melalui kuesioner terlebih dahulu menjalani tahap pra pemrosesan. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa data berada dalam kondisi yang layak untuk dianalisis serta tidak mengandung nilai yang tidak relevan atau tidak konsisten. Pra pemrosesan data meliputi pemeriksaan kelengkapan data responden dan penyesuaian format data agar dapat diolah secara komputasional dalam proses *clustering*. Langkah ini penting untuk meminimalkan potensi kesalahan analisis yang dapat memengaruhi hasil pengelompokan.

Proses segmentasi penonton dilakukan dengan menerapkan metode *K Means* sebagai teknik *clustering*. Metode ini dipilih karena kemampuannya dalam mengelompokkan data berdasarkan tingkat kemiripan karakteristik antar objek penelitian. Prinsip kerja metode *K Means* adalah mempartisi data ke dalam sejumlah kluster dengan cara meminimalkan jarak antara data dan pusat kluster atau *centroid*. Jarak antar data dihitung untuk menentukan kedekatan masing-masing data terhadap pusat kluster, sehingga setiap data akan dikelompokkan ke dalam kluster dengan jarak terdekat.

Penentuan jumlah kluster dilakukan berdasarkan pertimbangan karakteristik data dan tujuan penelitian. Jumlah kluster yang dipilih diharapkan mampu merepresentasikan perbedaan perilaku menonton penonton *K Drama* secara optimal tanpa menghasilkan kluster yang terlalu sedikit maupun terlalu banyak. Proses *clustering* dilakukan secara iteratif, dimulai dari inialisasi pusat kluster awal hingga diperoleh kondisi konvergen, yaitu ketika tidak terjadi perubahan signifikan pada keanggotaan kluster antar iterasi.

Setelah proses *clustering* mencapai kondisi stabil, analisis dilanjutkan dengan mengamati karakteristik masing-masing kluster yang terbentuk. Analisis ini dilakukan dengan meninjau kecenderungan preferensi genre dan pola durasi menonton yang dimiliki oleh anggota kluster. Karakteristik kluster digunakan untuk menginterpretasikan

segmentasi penonton *K Drama* dan mengidentifikasi perbedaan pola perilaku menonton antar segmen. Hasil analisis ini menjadi dasar dalam penyusunan bagian hasil dan pembahasan penelitian.

Secara keseluruhan, tahapan metodologi yang diterapkan dalam penelitian ini dirancang untuk memastikan bahwa proses segmentasi penonton dilakukan secara sistematis dan dapat direproduksi. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk memberikan gambaran yang objektif mengenai struktur audiens *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton, sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

Untuk menjaga konsistensi antara pendekatan metodologis dan penyajian hasil penelitian, hasil segmentasi dalam penelitian ini disajikan dalam bentuk karakteristik klaster secara deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena fokus utama penelitian adalah mengidentifikasi pola serta perbedaan perilaku penonton *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton, bukan untuk menekankan distribusi kuantitatif antar klaster. Penyajian hasil dalam bentuk karakteristik klaster memungkinkan interpretasi yang lebih mendalam terhadap pola perilaku menonton yang

terbentuk, sekaligus menghindari generalisasi numerik yang tidak sepenuhnya dilaporkan dalam hasil akhir *clustering*. Dengan demikian, penyajian hasil penelitian tetap selaras dengan tujuan penelitian dan pendekatan analisis yang digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil analisis segmentasi penonton *K Drama* menggunakan metode *K Means* menunjukkan bahwa penonton dapat dikelompokkan ke dalam tiga klaster utama yang memiliki karakteristik perilaku menonton yang berbeda. Pengelompokan ini didasarkan pada kemiripan preferensi genre dan pola durasi menonton, sehingga setiap klaster merepresentasikan segmen penonton dengan tingkat intensitas serta kecenderungan konsumsi tayangan yang tidak sama. Perbedaan karakteristik antar klaster tersebut mengindikasikan bahwa audiens *K Drama* memiliki pola perilaku yang beragam dan tidak dapat diperlakukan sebagai satu kelompok yang seragam.

Tabel 1 Karakteristik Klaster Penonton K Drama

Klaster	Preferensi Genre Dominan	Pola Durasi Menonton	Tingkat Intensitas
Klaster 1	Memiliki kecenderungan memilih berbagai genre dengan kombinasi lebih dari satu kategori	Durasi menonton relatif panjang dan konsisten	Tinggi
Klaster 2	Memiliki preferensi genre yang lebih spesifik dan terbatas pada beberapa kategori tertentu	Durasi menonton berada pada tingkat sedang	Sedang
Klaster 3	Preferensi genre terbatas dan tidak menunjukkan variasi yang signifikan	Durasi menonton relatif singkat	Rendah

Klaster pertama menunjukkan karakteristik penonton dengan tingkat intensitas menonton yang tinggi. Penonton pada klaster ini memiliki kecenderungan memilih berbagai genre *K Drama* dan tidak terbatas pada satu kategori tertentu. Pola durasi menonton

pada klaster ini relatif panjang dan konsisten, yang menggambarkan keterlibatan penonton yang tinggi terhadap konten *K Drama*. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa penonton dalam klaster ini memiliki minat yang luas terhadap variasi cerita serta

kesediaan untuk mengalokasikan waktu menonton yang lebih besar dibandingkan klaster lainnya.

Klaster kedua merepresentasikan segmen penonton dengan tingkat intensitas menonton sedang. Penonton pada klaster ini cenderung memiliki preferensi genre yang lebih spesifik dan tidak menunjukkan variasi genre yang terlalu luas. Durasi menonton pada klaster ini berada pada tingkat menengah, yang mencerminkan perilaku menonton yang lebih selektif. Penonton dalam klaster ini tetap memiliki ketertarikan terhadap *K Drama*, namun konsumsi tayangan dilakukan secara lebih terkontrol dan disesuaikan dengan minat tertentu.

Klaster ketiga menunjukkan karakteristik penonton dengan tingkat intensitas menonton yang rendah. Penonton pada klaster ini memiliki preferensi genre yang terbatas dan durasi menonton yang relatif singkat. Pola ini mengindikasikan bahwa konsumsi *K Drama* pada klaster ini bersifat sporadis dan tidak menjadi aktivitas hiburan utama. Keterbatasan durasi menonton serta rendahnya variasi genre mencerminkan tingkat keterlibatan penonton yang lebih rendah dibandingkan klaster lainnya.

Perbedaan karakteristik antar klaster menunjukkan adanya pemisahan yang jelas berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton. Setiap klaster memiliki pola perilaku menonton yang relatif homogen di dalam klaster dan heterogen antar klaster. Hal ini mengindikasikan bahwa metode *K Means* mampu mengelompokkan penonton *K Drama* berdasarkan kemiripan karakteristik perilaku menonton secara sistematis, meskipun hasil penelitian tidak disajikan dalam bentuk distribusi kuantitatif klaster.

Secara keseluruhan, hasil segmentasi ini memberikan gambaran mengenai struktur penonton *K Drama* berdasarkan tingkat intensitas dan pola konsumsi tayangan. Segmentasi yang dihasilkan menjadi dasar untuk memahami variasi perilaku menonton serta menyediakan landasan empiris bagi

analisis lebih lanjut pada tahap pembahasan. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa preferensi genre dan durasi menonton merupakan indikator yang relevan dalam membedakan segmen penonton *K Drama*.

Pembahasan

Hasil segmentasi penonton *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton menunjukkan bahwa perilaku audiens bersifat beragam dan tidak dapat dipahami melalui pendekatan tunggal. Perbedaan karakteristik antar klaster menegaskan pentingnya segmentasi sebagai alat analisis dalam kajian perilaku penonton, khususnya pada konteks hiburan digital yang ditandai oleh banyaknya pilihan konten dan fleksibilitas konsumsi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pemahaman terhadap audiens memerlukan pendekatan yang mampu menangkap variasi minat serta tingkat keterlibatan penonton secara lebih komprehensif (*Supiarza, 2022*).

Secara konseptual, keberadaan klaster dengan tingkat intensitas menonton yang berbeda menunjukkan bahwa preferensi genre dan durasi menonton merupakan variabel yang relevan dalam merepresentasikan perilaku konsumsi *K Drama*. Klaster dengan intensitas tinggi merefleksikan audiens dengan keterlibatan emosional yang kuat, sedangkan klaster dengan intensitas sedang dan rendah menggambarkan audiens dengan pola konsumsi yang lebih selektif atau situasional. Kondisi ini sejalan dengan teori segmentasi audiens yang menyatakan bahwa perbedaan tingkat keterlibatan memengaruhi cara individu memilih dan mengonsumsi konten hiburan (*Ariana Salsabila et al., 2024*).

Dalam konteks analisis perilaku audiens berbasis data, hasil penelitian ini juga memiliki implikasi konseptual dalam kajian *data driven audience analysis*. Penerapan metode *K Means* memungkinkan pengelompokan penonton tanpa memerlukan label awal, sehingga pola perilaku dapat diidentifikasi secara

objektif berdasarkan data yang tersedia. Pendekatan ini memperkaya perspektif analisis perilaku penonton dengan menekankan pentingnya teknik *clustering* sebagai alat eksplorasi data dalam penelitian hiburan digital (Akinosho et al., 2023).

Dari sisi praktis, hasil segmentasi penonton *K Drama* dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri hiburan dalam merancang strategi konten yang lebih terarah. Klaster dengan intensitas menonton tinggi dapat menjadi target utama dalam pengembangan konten serial dengan alur cerita yang kompleks dan berkelanjutan, sementara klaster dengan intensitas menonton sedang dapat diarahkan pada konten dengan tema yang lebih spesifik serta durasi yang tidak terlalu panjang. Adapun klaster dengan intensitas menonton rendah dapat dijangkau melalui konten yang bersifat ringan dan mudah diakses, sehingga tetap mampu menarik minat penonton dengan keterlibatan yang terbatas (Pakpahan & Fa, 2020).

Selain itu, segmentasi berbasis preferensi genre dan durasi menonton dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan strategi pemasaran digital. Pemahaman terhadap karakteristik masing-masing klaster memungkinkan penyesuaian pesan promosi dan kanal distribusi yang lebih sesuai dengan pola konsumsi penonton. Pendekatan ini berpotensi meningkatkan efektivitas pemasaran serta memperkuat keterhubungan antara konten dan audiens yang dituju (Hariyansah, 2021).

Meskipun penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami struktur penonton *K Drama*, terdapat keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian. Ketiadaan distribusi kuantitatif klaster membatasi kemampuan penelitian dalam menggambarkan proporsi masing-masing segmen secara numerik. Namun demikian, karakteristik klaster yang dihasilkan tetap memberikan gambaran yang bermakna mengenai variasi perilaku penonton dan dapat menjadi landasan bagi penelitian selanjutnya yang ingin

mengembangkan analisis segmentasi dengan data serta metode yang lebih komprehensif (Muhammad Syahid Pebriad et al., 2023).

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa segmentasi penonton berbasis metode *K Means* tidak hanya relevan secara metodologis, tetapi juga memiliki nilai praktis dalam konteks industri hiburan digital. Pendekatan ini membuka peluang penerapan analisis berbasis data dalam memahami audiens secara lebih mendalam dan mendukung pengambilan keputusan strategis yang lebih tepat sasaran (Supiarza, 2022).

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian segmentasi audiens dengan menegaskan bahwa perilaku penonton *K Drama* dapat dipahami melalui kombinasi preferensi genre dan durasi menonton sebagai indikator utama keterlibatan audiens. Segmentasi yang dihasilkan menunjukkan adanya gradasi tingkat keterlibatan penonton, yang memperkuat pandangan bahwa audiens hiburan digital tidak bersifat seragam, melainkan terbagi ke dalam beberapa segmen dengan pola konsumsi yang berbeda. Temuan ini memperluas pemahaman konseptual mengenai perilaku penonton dengan menempatkan durasi menonton sebagai dimensi penting yang melengkapi analisis preferensi genre.

Selain itu, penerapan metode *K Means* dalam konteks segmentasi penonton *K Drama* memperkaya pendekatan analisis perilaku audiens berbasis data. Pendekatan *clustering* memungkinkan identifikasi pola perilaku tanpa ketergantungan pada kategori awal, sehingga memberikan ruang bagi peneliti untuk mengeksplorasi struktur audiens secara lebih objektif. Dalam konteks kajian hiburan digital, temuan ini menegaskan bahwa analisis berbasis *unsupervised learning* dapat digunakan sebagai alternatif pendekatan dalam memahami dinamika konsumsi konten, khususnya ketika data perilaku penonton bersifat heterogen dan kompleks.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan

dalam menafsirkan hasil penelitian. Keterbatasan pertama berkaitan dengan penyajian hasil segmentasi yang tidak disertai dengan distribusi kuantitatif klaster secara rinci. Kondisi ini membatasi kemampuan penelitian dalam menggambarkan proporsi numerik masing-masing segmen penonton, sehingga hasil segmentasi lebih menekankan pada karakteristik klaster dibandingkan ukuran kuantitatifnya.

Keterbatasan selanjutnya berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam proses segmentasi. Penelitian ini hanya memanfaatkan preferensi genre dan durasi menonton sebagai dasar pengelompokan, sehingga dimensi perilaku penonton lainnya, seperti motivasi menonton atau faktor sosial, belum terakomodasi dalam analisis. Selain itu, penggunaan satu metode *clustering* juga membatasi perbandingan hasil segmentasi dengan pendekatan metode lain yang berpotensi menghasilkan struktur klaster yang berbeda.

Meskipun demikian, keterbatasan tersebut tidak mengurangi relevansi temuan penelitian dalam memberikan gambaran awal mengenai struktur penonton *K Drama*. Keterbatasan ini justru membuka peluang bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan analisis segmentasi dengan data yang lebih lengkap, penambahan variabel perilaku, serta penerapan metode analisis yang lebih beragam guna memperoleh pemetaan audiens yang lebih komprehensif.

Selain implikasi konseptual dan praktis yang telah dibahas, hasil penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan analitis yang fleksibel dalam mengkaji perilaku penonton hiburan digital. Segmentasi penonton *K Drama* yang dihasilkan menunjukkan bahwa pola konsumsi tidak selalu dapat dijelaskan melalui indikator tunggal, melainkan perlu dipahami sebagai kombinasi antara preferensi dan intensitas keterlibatan. Pendekatan ini memberikan ruang bagi analisis yang lebih adaptif terhadap dinamika perilaku audiens yang terus berubah seiring dengan perkembangan

platform digital. Dengan memahami segmentasi penonton sebagai struktur yang dinamis, penelitian ini menempatkan perilaku menonton *K Drama* dalam kerangka yang lebih luas, tidak hanya sebagai aktivitas konsumsi hiburan, tetapi juga sebagai bagian dari praktik budaya populer yang dipengaruhi oleh minat, waktu, dan keterlibatan individu terhadap konten.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menempatkan segmentasi penonton *K Drama* sebagai pendekatan analitis yang relevan dalam memahami kompleksitas perilaku konsumsi hiburan digital. Perkembangan platform *streaming* telah mendorong perubahan cara audiens berinteraksi dengan konten, di mana penonton memiliki kebebasan untuk memilih genre, menentukan durasi menonton, serta mengatur intensitas keterlibatan sesuai dengan preferensi masing-masing. Dalam konteks tersebut, analisis segmentasi tidak hanya berfungsi sebagai alat pengelompokan data, tetapi juga sebagai kerangka untuk membaca dinamika perilaku penonton yang bersifat adaptif dan beragam. Pendekatan ini memungkinkan penelitian untuk melihat perilaku menonton *K Drama* secara lebih holistik dengan mempertimbangkan keterkaitan antara minat terhadap genre dan alokasi waktu sebagai bentuk ekspresi keterlibatan audiens terhadap konten hiburan digital.

Penelitian ini menegaskan bahwa segmentasi penonton *K Drama* berdasarkan preferensi genre dan durasi menonton merupakan pendekatan yang relevan untuk memahami variasi perilaku audiens dalam konteks hiburan digital. Penerapan metode *K Means* memungkinkan pengelompokan penonton ke dalam beberapa klaster dengan karakteristik tingkat intensitas menonton yang berbeda, sehingga memberikan gambaran bahwa audiens *K Drama* tidak bersifat homogen. Temuan ini menunjukkan pentingnya pendekatan

berbasis data dalam mengkaji perilaku konsumsi tayangan yang semakin kompleks di era platform *streaming*.

Secara konseptual, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa kombinasi variabel preferensi genre dan durasi menonton dapat digunakan sebagai indikator utama dalam membedakan segmen penonton. Segmentasi yang dihasilkan memperlihatkan adanya gradasi tingkat keterlibatan audiens, mulai dari penonton dengan intensitas menonton tinggi hingga penonton dengan tingkat keterlibatan yang lebih rendah. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya kajian perilaku penonton dengan menekankan bahwa pola konsumsi hiburan tidak hanya ditentukan oleh minat terhadap genre tertentu, tetapi juga oleh alokasi waktu dan tingkat keterlibatan terhadap konten.

Dari sisi metodologis, penelitian ini menunjukkan bahwa metode *K Means* dapat digunakan sebagai alat analisis yang efektif dalam proses segmentasi penonton, khususnya ketika tujuan penelitian berfokus pada pengelompokan perilaku tanpa label awal. Meskipun penelitian ini tidak menyajikan distribusi kuantitatif klaster secara rinci, karakteristik klaster yang diidentifikasi tetap mampu memberikan pemahaman yang bermakna mengenai struktur audiens. Hal ini menegaskan bahwa pendekatan *clustering* tidak selalu harus bergantung pada penyajian numerik yang kompleks untuk menghasilkan temuan yang relevan secara ilmiah.

Implikasi praktis dari penelitian ini berkaitan dengan pemanfaatan hasil segmentasi dalam pengembangan strategi konten dan pemasaran industri hiburan. Pemahaman terhadap karakteristik segmen penonton dapat membantu pelaku industri dalam menyesuaikan jenis tayangan, tema cerita, serta pendekatan distribusi konten agar lebih sesuai dengan pola konsumsi audiens. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang lebih terarah dan berbasis pemahaman terhadap perilaku penonton.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan, terutama terkait dengan ketiadaan penyajian distribusi kuantitatif klaster secara menyeluruh. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan analisis segmentasi dengan memanfaatkan data yang lebih lengkap, penerapan metode *clustering* alternatif, atau penambahan variabel lain yang dapat merepresentasikan perilaku penonton secara lebih mendalam. Dengan pengembangan tersebut, kajian mengenai segmentasi penonton *K Drama* diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih komprehensif bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik industri hiburan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Khairuna, R., Nurdin, & Razi, A. (2024). *Analisis perbandingan algoritma K-Means dan K-Medoids untuk klusterisasi teks ulasan pada aplikasi Cookpad*. *Rabit: Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi Univrab*, 10(2).
- Khodijah, S., Hariyanto, A. R., Salsabilah, B., Aulia, W. S., & Fansyuri, M. (2024). *Student clustering based on academic performance using the K-Means algorithm in RapidMiner*. *Journal of Information Technology and Informatics Engineering*.
- Maghfiroh, S., & Fatah, Z. (2024). *Analisis data mining dengan algoritma K-Means clustering untuk menentukan siswa berprestasi*. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 4(2).
- Tuzahra, C. F., & Whydiantoro. (2024). *Data mining approach to the evaluation of diseases using K-Means clustering*. *Journal of Mechanical and Manufacture*, 5(1)