

ABSTRAK

SVARA merupakan salah satu aplikasi yang dimiliki oleh PT Svara Inovasi Indonesia yang sudah berdiri sejak tahun 2017 pada bulan September. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi segmentasi pendengar pada aplikasi SVARA untuk menganalisis preferensi menggunakan metode Fuzzy C-Means. Metode pengelompokan Fuzzy C-Means (FCM) akan digunakan untuk mengelompokkan pengguna SVARA berdasarkan preferensi konten audio dan visual mereka. Penelitian ini akan menganalisis data perilaku pengguna, seperti preferensi genre musik, durasi mendengarkan, dan frekuensi interaksi dengan *Podcast*, radio, atau video, untuk memperoleh wawasan mendalam tentang kecenderungan mereka terhadap berbagai genre konten yang tersedia di aplikasi. Informasi segmentasi yang diperoleh dari analisis ini akan menjadi dasar bagi perusahaan untuk mengembangkan strategi konten yang lebih terfokus sesuai dengan preferensi masing-masing kelompok pengguna, sehingga meningkatkan pengalaman pengguna secara keseluruhan dan meningkatkan retensi pengguna. Studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pemahaman teoritis tentang preferensi konten audio dan memberikan wawasan praktis untuk membantu perusahaan dalam memproduksi konten yang lebih sesuai dengan preferensi pengguna.

Kata Kunci: Segmentasi Pendengar, Svara, Fuzzy C-Means, Preferensi Konten Audio, Analisis Perilaku Pengguna

ABSTRACT

SVARA is one of the applications owned by PT Svara Inovasi Indonesia, which has been established since September 2017. This research aims to identify listener segmentation in the SVARA application to analyze preferences using the Fuzzy C-Means method. The Fuzzy C-Means (FCM) clustering method will be used to group SVARA users based on their audio and visual content preferences. This study will analyze user behavior data, such as music genre preferences, listening duration, and interaction frequency with podcasts, radio, or videos, to gain in-depth insights into their tendencies toward various content genres available in the application. The segmentation information obtained from this analysis will form the basis for the company to develop more focused content strategies according to the preferences of each user group, thereby enhancing the overall user experience and increasing user retention. This study is expected to contribute to the theoretical understanding of audio content preferences and provide practical insights to help the company produce content that better aligns with user preferences.

Keywords: Listener Segmentation, Svara, Fuzzy C-Means, Audio Content Preferences, User Behavior Analysis