

Sentimen Audiens terhadap Platform *Short-Form Drama*: Analisis Sentimen dan Topik Ulasan DramaBox

Mufidatul Azmi^{1*}, Andi Nurfiana Haz²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar^{1,2}

Corresponding Author's Email: mufidatulazmi@unm.ac.id

ABSTRACT

History Article:

Received 23-01-2026
Accepted 03-02-2026
Published 05-02-2026

The rapid growth of short-form drama platforms has reshaped digital media consumption, particularly among mobile users who prefer concise, narrative-driven content. This study analyzes audience sentiment toward the short-form drama application DramaBox to generate actionable insights for digital marketing strategy. A total of 134,309 user reviews were initially collected from the application distribution platform, and after language filtering, 1,228 Indonesian-language reviews were retained for analysis. Sentiment classification was performed using an IndoBERT-based model, while Latent Dirichlet Allocation (LDA) was employed to identify dominant discussion topics within positive and negative sentiments. The results show that audience sentiment toward DramaBox is predominantly positive, with users expressing strong appreciation for story quality, narrative attractiveness, and overall entertainment experience. Topic modeling of positive reviews highlights content-related strengths such as engaging storylines and viewing enjoyment. In contrast, negative sentiment analysis reveals recurring issues related to advertising intensity, monetization mechanisms, episode accessibility, and technical performance. These negative topics indicate key friction points that may hinder user satisfaction and retention. Overall, the findings demonstrate that sentiment and topic analysis of user reviews can be effectively utilized as a marketing intelligence tool to support content positioning, optimize monetization strategies, and improve user experience in short-form drama platforms.

Keywords: *Short-form drama; Sentiment analysis; IndoBERT; Topic modeling; User reviews*

ABSTRAK

Pertumbuhan pesat platform *short-form drama* telah mengubah pola konsumsi media digital, khususnya di kalangan pengguna perangkat *mobile* yang cenderung menyukai konten naratif berdurasi singkat. Penelitian ini menganalisis sentimen audiens terhadap aplikasi *short-form drama* DramaBox untuk menghasilkan wawasan yang dapat dimanfaatkan dalam perumusan strategi pemasaran digital. Sebanyak 134.309 ulasan pengguna dikumpulkan dari platform distribusi aplikasi, dan setelah dilakukan penyaringan bahasa, diperoleh 1.228 ulasan berbahasa Indonesia yang digunakan sebagai data analisis. Klasifikasi sentimen dilakukan menggunakan model berbasis IndoBERT, sedangkan *topic modeling* menggunakan *Latent Dirichlet Allocation (LDA)* diterapkan untuk mengidentifikasi topik-topik dominan pada sentimen positif dan negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sentimen audiens terhadap DramaBox didominasi oleh sentimen positif, yang mencerminkan apresiasi pengguna terhadap kualitas cerita, daya tarik narasi, dan pengalaman hiburan secara keseluruhan. Analisis topik pada ulasan

positif menegaskan kekuatan platform pada aspek konten dan kenikmatan menonton. Sebaliknya, analisis sentimen negatif mengungkap isu berulang terkait intensitas iklan, mekanisme monetisasi, aksesibilitas episode, serta kinerja teknis aplikasi. Temuan ini menunjukkan bahwa analisis sentimen dan topik pada ulasan pengguna dapat dimanfaatkan sebagai alat intelijen pemasaran untuk mendukung strategi *positioning* konten, optimisasi monetisasi, serta peningkatan pengalaman pengguna pada platform *short-form drama*.

Kata kunci: *Short-form drama*; Analisis sentimen; IndoBERT; *Topic modeling*; Ulasan pengguna

How to Cite:

Azmi, M., & Haz, A. N. (2026). Sentimen Audiens terhadap Platform Short-Form Drama: Analisis Sentimen dan Topik Ulasan DramaBox. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 2860-2873. <https://doi.org/10.63822/spt0jy20>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam pola konsumsi media, yang ditandai oleh pergeseran preferensi audiens menuju konten video berdurasi pendek yang mudah diakses melalui perangkat *mobile* (Christopher, 2025). Perubahan ini tidak hanya memengaruhi format konten, tetapi juga cara audiens berinteraksi dengan hiburan digital. Dalam beberapa tahun terakhir, *short-form drama* atau *micro-dramas* muncul sebagai fenomena baru dalam industri hiburan digital, yaitu konten drama berbasis narasi yang disajikan dalam format berseri dengan durasi singkat per episode namun dikonsumsi secara intens dan berkelanjutan (Meng et al., 2024). Fenomena *short-form drama* berkembang seiring dengan meningkatnya fragmentasi waktu menonton audiens, di mana konsumsi media dilakukan secara singkat namun berulang, sehingga menuntut konten yang mampu menyampaikan alur cerita secara cepat dan efektif (Duan et al., 2025).

Berbeda dengan platform video pendek non-naratif yang berfokus pada hiburan instan, *short-form drama* menawarkan pengalaman menonton berbasis cerita yang berkelanjutan, di mana keterlibatan audiens dibangun melalui alur naratif, konflik, dan *cliffhanger* dalam durasi terbatas (Li et al., 2025). Karakteristik ini menjadikan *short-form drama* sebagai bentuk hiburan digital yang unik karena menggabungkan intensitas konsumsi konten video pendek dengan struktur naratif drama konvensional (Tang & Wang, 2025). Seiring dengan meningkatnya popularitas format ini, berbagai platform hiburan digital berbasis aplikasi mulai mengadopsi dan mengembangkan *short-form drama* sebagai strategi untuk mempertahankan perhatian audiens dan mendorong penggunaan berulang (Monroe et al., 2024). Dalam konteks tersebut, keberhasilan platform *short-form drama* tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh pengalaman pengguna, sistem monetisasi, serta persepsi audiens terhadap layanan yang ditawarkan. (Wahyudi et al., 2025).

Fenomena ini menunjukkan bahwa *short-form drama* tidak sekadar menjadi tren hiburan sementara, melainkan mencerminkan perubahan struktural dalam pola konsumsi media digital (Mahda et al., 2025). Oleh karena itu, pemahaman terhadap respons dan persepsi audiens terhadap platform *short-form drama* menjadi aspek krusial bagi keberlanjutan dan pengembangan platform hiburan digital berbasis aplikasi (Jurel, 2025). Analisis terhadap bagaimana audiens mengevaluasi konten, fitur aplikasi, dan pengalaman menonton melalui ulasan pengguna menjadi penting untuk memahami dinamika penerimaan audiens terhadap format hiburan digital naratif ini (Wang & Zhang, 2025).

Selanjutnya, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konten video berdurasi pendek memiliki daya tarik yang tinggi dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens, khususnya di kalangan generasi muda (Tiwari & Kumar, 2025). Beberapa penelitian dalam satu dekade terakhir juga mengindikasikan bahwa karakteristik konten video pendek berpengaruh terhadap sikap audiens, pengalaman pengguna, serta niat penggunaan berkelanjutan terhadap platform digital (James A. et al., 2025). Selain itu, ulasan dan komentar pengguna semakin diakui sebagai sumber data yang relevan dalam penelitian media digital karena merepresentasikan pengalaman aktual, tingkat kepuasan, serta evaluasi pengguna terhadap layanan aplikasi (Abadi et al., 2026). Oleh karena itu, analisis sentimen terhadap ulasan aplikasi banyak dimanfaatkan sebagai pendekatan objektif untuk mengevaluasi kualitas layanan dan pengalaman pengguna (Mohammadian, 2021).

Seiring dengan kemajuan metode analisis teks, pendekatan analisis sentimen berbasis *machine learning* dan *deep learning* dengan model bahasa khusus Indonesia, seperti IndoBERT, terbukti mampu menangkap nuansa opini pengguna secara lebih akurat dan kontekstual dibandingkan metode konvensional, terutama pada data teks berbahasa Indonesia (Sayarizki, 2024). Namun demikian, penerapan IndoBERT

dalam penelitian sebelumnya sebagian besar masih berfokus pada konteks aplikasi perbankan, produk *e-commerce*, perhotelan, serta isu kebijakan publik dan politik di media sosial (Simarmata, 2025). Kajian yang mengaplikasikan pendekatan tersebut pada platform hiburan digital berbasis narasi, khususnya *short-form drama*, masih relatif terbatas.

Meskipun kajian mengenai video pendek, ulasan pengguna, dan analisis sentimen terus berkembang, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian sebelumnya (A James et al., 2025). Pertama, sebagian besar studi masih memusatkan perhatian pada platform video pendek non-naratif atau aplikasi layanan umum, sehingga karakteristik *short-form drama* sebagai bentuk hiburan digital berbasis narasi belum banyak dikaji secara mendalam (Waluya et al., 2025). Kedua, penelitian analisis sentimen ulasan aplikasi umumnya hanya menekankan pada klasifikasi polaritas sentimen, tanpa mengintegrasikan analisis topik untuk mengidentifikasi isu-isu utama yang membentuk persepsi audiens (Reynald Manoppo, 2025). Dalam konteks ini, DramaBox dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu platform *short-form drama* dengan jangkauan pengguna yang luas dan performa yang menonjol di pasar global. Menurut laporan industri, DramaBox telah mencapai lebih dari 90 juta pengguna terdaftar dan sekitar 30 juta pengguna aktif bulanan, serta menerima penghargaan *Best Short Drama App* pada 2024 dari *Sensor Tower*, menunjukkan dominasinya dalam kategori aplikasi drama pendek. Selain itu, DramaBox pernah menempati peringkat teratas dalam jumlah unduhan di beberapa pasar regional seperti Jepang, Korea Selatan, dan Asia Tenggara, sehingga ketersediaan ulasan pengguna yang memadai menjadikannya relevan untuk mengkaji sentimen audiens dan tema diskusi utama pada hiburan digital naratif.

Berdasarkan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sentimen audiens terhadap platform *short-form drama* DramaBox berdasarkan ulasan pengguna aplikasi, serta mengidentifikasi tema utama yang mendominasi diskusi audiens dalam ulasan tersebut. Melalui pendekatan analisis sentimen dan *topic modeling*, penelitian ini berupaya memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai persepsi, pengalaman, dan evaluasi audiens terhadap platform *short-form drama* sebagai bentuk hiburan digital berbasis aplikasi. Penelitian ini bersifat eksploratif dan tidak merumuskan hipotesis kausal, melainkan berfokus pada pengungkapan pola sentimen dan topik dominan dalam ulasan pengguna.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis teks (*text mining*) untuk mengkaji sentimen dan topik diskusi audiens berdasarkan ulasan pengguna aplikasi *short-form drama* DramaBox. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengolah data tekstual dalam jumlah besar secara sistematis dan objektif guna mengungkap pola sentimen serta tema dominan yang mencerminkan persepsi audiens terhadap aplikasi

Pengumpulan Data

Data penelitian berupa ulasan pengguna aplikasi DramaBox yang dikumpulkan dari platform distribusi aplikasi *Google Play Store*. Proses pengumpulan data dilakukan menggunakan teknik *web scraping* dengan memanfaatkan *Application Programming Interface* (API) pihak ketiga yang kompatibel dengan kebijakan platform. Seluruh proses pengambilan dan pengolahan awal data dilakukan menggunakan bahasa pemrograman *Python* yang dijalankan melalui lingkungan *Google Colab*. Data yang dikumpulkan mencakup teks ulasan pengguna, tanggal ulasan, serta informasi *rating* yang diberikan oleh pengguna.

Preprocessing Data

Sebelum dilakukan analisis, data teks melalui tahap *preprocessing* untuk meningkatkan kualitas analisis. Tahapan *preprocessing* meliputi:

1. *Case folding* untuk menyeragamkan huruf menjadi huruf kecil.
2. *Cleaning* untuk menghapus tanda baca, angka, URL, dan karakter non-alfabet.
3. *Tokenization* untuk memecah teks menjadi unit kata.
4. *Stopword removal* untuk menghilangkan kata-kata umum yang tidak memiliki makna semantik signifikan.
5. *Normalization* untuk menyeragamkan variasi kata tidak baku dalam bahasa Indonesia.

Prosedur Analisis Data

Secara keseluruhan, tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi:

1. Pengumpulan ulasan pengguna aplikasi DramaBox.
2. *Preprocessing* data teks.
3. Klasifikasi sentimen menggunakan IndoBERT.
4. Ekstraksi topik menggunakan LDA berdasarkan kelompok sentimen.
5. Interpretasi hasil analisis sentimen dan topik untuk memahami persepsi audiens terhadap aplikasi *short-form drama* DramaBox.

Sentiment Analysis Menggunakan Algoritma IndoBERT

Analisis sentimen dilakukan menggunakan IndoBERT, yaitu model bahasa berbasis transformasi yang telah dilatih pada korpus bahasa Indonesia. IndoBERT dipilih karena kemampuannya dalam menangkap konteks semantik dan nuansa bahasa Indonesia secara lebih akurat dibandingkan metode leksikon atau algoritma *machine learning* konvensional. Model IndoBERT digunakan untuk mengklasifikasikan ulasan pengguna ke dalam kategori sentimen, yaitu positif dan negatif, sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada evaluasi persepsi audiens (Abadi et al., 2026). Proses analisis dilakukan menggunakan bahasa pemrograman Python pada lingkungan Google Colaboratory.

Topic Modeling Menggunakan Latent Dirichlet Allocation (LDA)

Untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dalam ulasan pengguna, penelitian ini menerapkan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA). LDA digunakan untuk mengekstraksi topik laten berdasarkan distribusi kata dalam dokumen teks, sehingga memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola diskusi audiens secara tematik. Analisis topik dilakukan secara terpisah berdasarkan hasil klasifikasi sentimen, sehingga topik-topik yang muncul pada ulasan positif dan negatif dapat dianalisis secara lebih mendalam (Rizka & Zaehol Fatah, 2025). Hasil LDA diinterpretasikan berdasarkan kata-kata dominan pada setiap topik untuk merepresentasikan isu utama yang menjadi perhatian audiens terhadap aplikasi DramaBox.

Evaluasi Model

Untuk memastikan keandalan hasil analisis sentimen, penelitian ini melakukan evaluasi terhadap model klasifikasi IndoBERT menggunakan metrik evaluasi yang umum digunakan dalam penelitian analisis sentimen, yaitu *accuracy*, *precision*, *recall*, dan *F1-score* (Mursidah et al., 2025). Evaluasi dilakukan dengan membandingkan hasil prediksi model terhadap data berlabel yang digunakan dalam

proses pelatihan dan pengujian. Selain itu, *confusion matrix* digunakan untuk memberikan gambaran distribusi klasifikasi sentimen positif dan negatif secara lebih rinci (Wirayudha et al., 2025). Sementara itu, evaluasi hasil *topic modeling* menggunakan *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) dilakukan secara kualitatif dengan meninjau koherensi topik berdasarkan kata-kata dominan yang muncul pada setiap topik. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa topik yang dihasilkan dapat diinterpretasikan secara logis dan relevan dengan konteks ulasan pengguna aplikasi DramaBox.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan diawali dengan pemaparan karakteristik data ulasan pengguna sebagai dasar analisis. Selanjutnya, hasil analisis sentimen menggunakan model IndoBERT disajikan untuk menggambarkan kecenderungan persepsi audiens terhadap aplikasi *short-form drama* DramaBox, yang kemudian diinterpretasikan untuk menjelaskan makna distribusi sentimen serta implikasinya dalam konteks platform hiburan digital berbasis narasi.

1) Karakteristik Data Penelitian

Data ulasan pengguna yang dikumpulkan dari platform distribusi aplikasi pada tahap awal berjumlah 134.309 ulasan, yang mencerminkan jangkauan pengguna DramaBox yang luas dan bersifat multibahasa. Namun, mengingat penelitian ini berfokus pada analisis sentimen dan *topic modeling* menggunakan model IndoBERT yang secara khusus dirancang untuk pemrosesan teks berbahasa Indonesia, dilakukan proses penyaringan data berdasarkan bahasa. Oleh karena itu, hanya ulasan yang teridentifikasi sebagai berbahasa Indonesia yang dipertahankan untuk dianalisis lebih lanjut. Hasil dari proses penyaringan tersebut menghasilkan 1.228 ulasan pengguna, yang selanjutnya digunakan sebagai dataset penelitian. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan konsistensi bahasa serta meningkatkan akurasi dan validitas hasil analisis sentimen dan topik. Ulasan pengguna yang dianalisis memiliki karakteristik yang beragam, baik dari segi panjang teks maupun isi pesan. Beberapa ulasan berupa pernyataan singkat seperti satu atau dua kata, sementara ulasan lainnya berupa kalimat yang lebih panjang yang mengandung penilaian terhadap konten drama maupun pengalaman penggunaan aplikasi. Sebelum dilakukan analisis lanjutan, seluruh ulasan melalui tahap *preprocessing* untuk membersihkan teks dan menyeragamkan bentuk kata, sehingga data siap digunakan dalam proses analisis sentimen dan *topic modeling*. Untuk memberikan gambaran mengenai proses *preprocessing* yang diterapkan dalam penelitian ini, Tabel 1 menyajikan beberapa contoh ulasan pengguna sebelum dan sesudah melalui tahap *preprocessing*. Contoh ini ditampilkan untuk menunjukkan perubahan teks akibat proses *case folding*, *cleaning*, dan penghilangan karakter non-alfabet, sehingga teks menjadi lebih terstruktur dan siap digunakan dalam analisis sentimen dan *topic modeling*.

Tabel 1. Contoh Ulasan Pengguna Sebelum dan Sesudah Tahap Preprocessing

No	Ulasan Asli	Ulasan Setelah Preprocessing
1	okelah	okelah
2	ganggu anjr 	ganggu
3	bagus ceritanya suka, cuma setelah 3 video di...	bagus ceritanya suka cuma setelah video di lih...
4	Superb   	superb
5	Kebanyakan iklan	Banyak iklan

Sumber : Data Penelitian (diolah penulis)

2) Distribusi Sentimen Ulasan Pengguna

Berdasarkan hasil analisis sentimen menggunakan model IndoBERT terhadap 1.228 ulasan pengguna aplikasi DramaBox, diperoleh distribusi sentimen yang terbagi ke dalam dua kategori utama, yaitu sentimen positif dan sentimen negatif.

Tabel 2. Distribusi Sentimen Ulasan Pengguna Aplikasi DramaBox

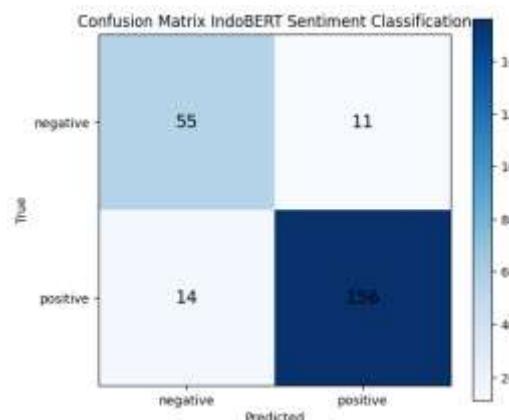
Kategori Sentimen Jumlah Ulasan Bobot (Weighted Proportion)		
Positif	879	0,716
Negatif	298	0,243
Tidak terkласifikasi	51	0,041
Total	1.228	1,000

Sumber : Data Penelitian (diolah penulis)

Tabel 2 menunjukkan distribusi sentimen ulasan pengguna aplikasi DramaBox berdasarkan keseluruhan dataset. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebanyak 879 ulasan (71,6%) diklasifikasikan sebagai sentimen positif, sementara 298 ulasan (24,3%) termasuk dalam kategori sentimen negatif. Sebanyak 51 ulasan (4,1%) tidak terkласifikasi ke dalam kategori sentimen tertentu dan tidak disertakan dalam analisis lanjutan. Distribusi ini menunjukkan bahwa sentimen positif mendominasi persepsi audiens terhadap aplikasi DramaBox.

3) Evaluasi Kinerja Model Analisis Sentimen

Evaluasi kinerja model analisis sentimen dilakukan untuk menilai kemampuan IndoBERT dalam mengklasifikasikan sentimen ulasan pengguna aplikasi DramaBox secara akurat. Evaluasi ini bertujuan memastikan bahwa hasil klasifikasi dapat digunakan secara andal sebagai dasar analisis lanjutan. Penilaian kinerja dilakukan menggunakan data uji yang tidak terlibat dalam proses pelatihan, sehingga mencerminkan kemampuan generalisasi model. Metode evaluasi yang digunakan meliputi *confusion matrix* serta metrik *accuracy*, *precision*, *recall*, dan *F1-score*.



Gambar 1. Confusion Matrix Hasil Klasifikasi Sentimen Menggunakan Model IndoBERT

Sumber: Data penelitian (diolah penulis)

Gambar X menampilkan *confusion matrix* hasil klasifikasi sentimen menggunakan model IndoBERT pada data uji. Dari keseluruhan data uji, model berhasil mengklasifikasikan 156 ulasan positif dan 55 ulasan negatif secara benar. Sementara itu, terdapat 11 ulasan negatif yang salah diklasifikasikan sebagai positif (*false positive*) dan 14 ulasan positif yang salah diklasifikasikan sebagai negatif (*false negative*). Pola ini menunjukkan bahwa model IndoBERT memiliki kemampuan yang cukup baik dalam membedakan sentimen positif dan negatif, dengan tingkat kesalahan klasifikasi yang relatif rendah.

Berdasarkan hasil evaluasi metrik klasifikasi, model IndoBERT mencapai nilai *accuracy* sebesar 0,89, yang menunjukkan bahwa sebagian besar ulasan pada data uji berhasil diklasifikasikan dengan benar. Untuk kelas sentimen negatif, model memperoleh nilai *precision* sebesar 0,80, *recall* sebesar 0,83, dan *F1-score* sebesar 0,81, yang mengindikasikan kemampuan model dalam mendeteksi ulasan negatif secara cukup konsisten. Sementara itu, untuk kelas sentimen positif, model menunjukkan kinerja yang lebih tinggi dengan nilai *precision* sebesar 0,93, *recall* sebesar 0,92, dan *F1-score* sebesar 0,93. *Nilai weighted average F1-score* sebesar 0,89 menunjukkan bahwa performa model relatif seimbang dalam menangani perbedaan proporsi kelas sentimen pada dataset. Dengan demikian, hasil evaluasi ini mengindikasikan bahwa model IndoBERT memiliki tingkat akurasi dan reliabilitas yang memadai untuk digunakan sebagai dasar analisis sentimen dan pengelompokan topik pada ulasan pengguna aplikasi DramaBox.

4) Topik Utama pada Sentimen Positif (LDA)

Hasil *topic modeling* menggunakan metode *Latent Dirichlet Allocation* (LDA) pada ulasan dengan sentimen positif menunjukkan adanya lima topik utama yang merepresentasikan fokus perhatian dan evaluasi audiens terhadap platform *short-form drama* DramaBox. Setiap topik dibentuk berdasarkan kemunculan kata kunci dominan yang memiliki keterkaitan semantik, sehingga mampu menggambarkan aspek-aspek utama yang diapresiasi oleh pengguna.

Tabel 3. Topik Utama pada Sentimen Positif Berdasarkan Analisis LDA

Topik	Kata Kunci Dominan
Topik Positif 1	drama box, cerita menarik, puas hati, beautiful drama, banyak iklan, banyak cerita, bagus-bagus, suka aplikasi, sangat suka, cerita bagus
Topik Positif 2	bikin penasaran, sangat bagus, bagus ceritanya, superb app, cerita bagus, suka aplikasi, banyak cerita, bagus filmnya
Topik Positif 3	not bad, interesting dramas, filmnya, bagus, drama, banyak iklan, cerita, drama nya
Topik Positif 4	interesting drama, sangat suka, cerita menarik, suka aplikasi, drama box, bagus filmnya
Topik Positif 5	filmnya bagus, sangat menarik, cerita menarik, bagus filmnya, bagus, super

Sumber: Data penelitian (diolah penulis)

Topik Positif 1 didominasi oleh kata kunci seperti *drama box*, *cerita menarik*, *puas hati*, dan *beautiful drama*, yang menunjukkan apresiasi audiens terhadap kualitas cerita dan pengalaman menonton secara keseluruhan. Meskipun kata *iklan* juga muncul dalam topik ini, konteksnya tidak bersifat dominan negatif, melainkan muncul sebagai bagian dari pengalaman penggunaan aplikasi secara umum.

Topik Positif 2 menekankan pada ketertarikan audiens terhadap alur cerita yang mampu membangkitkan rasa penasaran, tercermin dari kata kunci seperti *bikin penasaran*, *cerita bagus*, dan *superb app*. Topik ini

menggambarkan keterlibatan emosional audiens terhadap narasi drama serta kecenderungan untuk menonton secara berkelanjutan.

Topik Positif 3 merepresentasikan evaluasi positif dengan intensitas moderat terhadap konten drama, ditandai dengan kata kunci seperti *not bad*, *interesting dramas*, dan *filmnya*. Topik ini menunjukkan bahwa sebagian audiens memberikan penilaian positif yang bersifat netral hingga cukup puas terhadap kualitas konten yang disajikan.

Topik Positif 4 berfokus pada ketertarikan audiens terhadap konsep drama dan pengalaman penggunaan aplikasi, dengan kata kunci seperti *interesting drama*, *sangat suka*, dan *drama box*. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek naratif dan kemudahan akses aplikasi menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif pengguna.

Topik Positif 5 menonjolkan apresiasi terhadap kualitas visual dan daya tarik cerita, tercermin dari kata kunci seperti *filmnya bagus, sangat menarik, dan bagus filmnya*. Topik ini menunjukkan bahwa kualitas produksi dan penyajian visual turut berkontribusi terhadap kepuasan audiens dalam mengonsumsi *short-form drama*.



Gambar 2. Word Cloud Sentimen Positif Ulasan Pengguna Aplikasi DramaBox

Sumber: Data penelitian (diolah penulis)

Temuan ini diperkuat oleh visualisasi *word cloud* sentimen positif yang menunjukkan dominasi kata-kata seperti *drama*, *superb*, *cerita*, *bagus*, dan *terbaik*. Dominasi kata-kata tersebut mengindikasikan bahwa persepsi positif audiens terhadap DramaBox terutama berpusat pada kualitas cerita, pengalaman menonton, dan daya tarik konten drama yang disajikan. Secara keseluruhan, hasil *topic modeling* ini menunjukkan bahwa sentimen positif audiens terhadap DramaBox tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek tunggal, melainkan oleh kombinasi kualitas narasi, pengalaman pengguna, dan penyajian konten.

5) Topik Utama pada Sentimen Negatif (LDA)

Hasil *topic modeling* menggunakan metode Latent Dirichlet Allocation (LDA) pada ulasan dengan sentimen negatif mengungkapkan adanya lima topik utama yang merepresentasikan sumber utama ketidakpuasan audiens terhadap aplikasi *short-form drama* DramaBox. Setiap topik dibentuk berdasarkan kemunculan kata kunci dominan yang mencerminkan isu-isu yang paling sering disoroti oleh pengguna

dalam pengalaman penggunaan aplikasi

Tabel 4. Topik Utama pada Sentimen Negatif Berdasarkan Analisis LDA

Topik Negatif	Kata Kunci Dominan
Topik Negatif 1	iklan, ads, banyak, terlalu, muncul, ganggu, selalu, add
Topik Negatif 2	bayar, mahal, berbayar, langganan, harga, koin, duit
Topik Negatif 3	episode, nonton, lanjut, satu, menit, pendek, buka
Topik Negatif 4	aplikasi, app, error, lambat, download, buka, lama
Topik Negatif 5	jelek, bodoh, garbage, sampah, bad, penipu

Sumber: Data penelitian (diolah penulis)

Topik Negatif 1 didominasi oleh kata kunci seperti *iklan, ads, banyak, terlalu, dan ganggu*, yang menunjukkan bahwa frekuensi kemunculan iklan dianggap berlebihan dan mengganggu kenyamanan menonton. Topik ini mencerminkan keluhan audiens terhadap intensitas iklan yang dinilai mengurangi kualitas pengalaman menonton drama.

Topik Negatif 2 berkaitan dengan aspek biaya dan sistem monetisasi aplikasi, ditandai oleh kata kunci seperti *bayar, mahal, berbayar, langganan, harga, dan koin*. Topik ini menunjukkan persepsi audiens terhadap biaya akses konten yang dianggap tinggi atau kurang sebanding dengan nilai yang diperoleh.

Topik Negatif 3 menyoroti pengalaman konsumsi konten yang terfragmentasi, dengan kata kunci seperti *episode, nonton, lanjut, satu, menit, dan pendek*. Hal ini mengindikasikan ketidakpuasan audiens terhadap durasi episode yang singkat atau keterbatasan akses untuk melanjutkan episode berikutnya tanpa hambatan.

Topik Negatif 4 berfokus pada permasalahan teknis aplikasi, yang tercermin dari kata kunci seperti *aplikasi, app, error, lambat, download, dan lama*. Topik ini menggambarkan kendala performa aplikasi yang berdampak langsung pada kenyamanan pengguna dalam mengakses dan menikmati konten drama.

Topik Negatif 5 mencerminkan ekspresi evaluasi negatif secara eksplisit terhadap aplikasi, dengan kata kunci seperti *jelek, bodoh, garbage, bad, dan penipu*. Topik ini menunjukkan adanya ketidakpuasan yang bersifat emosional dan reaksi negatif audiens terhadap pengalaman penggunaan aplikasi secara keseluruhan.



Gambar 3. Word Cloud Sentimen Negatif Ulasan Pengguna Aplikasi DramaBox

Sumber: Data penelitian (diolah penulis)

Visualisasi *word cloud* sentimen negatif memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan dominasi kata-kata seperti *iklan*, *ads*, *banyak*, *bayar*, dan *mahal*. Dominasi kata-kata ini mengindikasikan bahwa sumber utama sentimen negatif audiens terhadap DramaBox berkaitan dengan gangguan iklan, sistem pembayaran, serta kendala teknis aplikasi. Secara keseluruhan, hasil *topic modeling* pada sentimen negatif menunjukkan bahwa ketidakpuasan audiens tidak hanya dipicu oleh satu faktor, melainkan oleh kombinasi aspek konten, monetisasi, dan performa aplikasi.

6) Diskusi dan Impikasi

Hasil analisis sentimen dan *topic modeling* menunjukkan bahwa persepsi audiens terhadap platform *short-form drama* DramaBox dibentuk oleh kombinasi antara kualitas konten, pengalaman menonton, serta aspek teknis dan monetisasi aplikasi. Dominasi sentimen positif mengindikasikan bahwa audiens secara umum mengapresiasi kualitas cerita, daya tarik narasi, dan pengalaman hiburan yang ditawarkan oleh format *short-form drama*. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa konten naratif berdurasi pendek mampu menciptakan tingkat keterlibatan audiens yang tinggi, terutama melalui alur cerita yang menarik dan mendorong konsumsi berkelanjutan. Namun demikian, analisis sentimen negatif mengungkapkan sejumlah isu yang secara konsisten memengaruhi ketidakpuasan pengguna. Keluhan terkait intensitas iklan, sistem pembayaran dan harga, durasi episode yang singkat, serta kendala teknis aplikasi menunjukkan bahwa pengalaman pengguna tidak hanya ditentukan oleh kualitas konten, tetapi juga oleh desain sistem dan mekanisme monetisasi yang diterapkan. Temuan ini sejalan dengan literatur media digital yang menekankan bahwa ketidakseimbangan antara nilai hiburan dan beban biaya atau gangguan teknis berpotensi menurunkan kepuasan pengguna, meskipun konten yang disajikan dinilai menarik (Meng et al., 2024).

Dari sisi implikasi praktis, hasil penelitian ini memberikan beberapa masukan bagi pengelola platform *short-form drama*. Pertama, kualitas narasi dan konsistensi cerita perlu dipertahankan sebagai kekuatan utama dalam membangun dan mempertahankan keterlibatan audiens. Kedua, strategi monetisasi khususnya terkait iklan dan sistem pembayaran perlu dirancang secara lebih proporsional agar tidak mengganggu pengalaman menonton. Ketiga, peningkatan performa teknis aplikasi menjadi aspek krusial untuk meningkatkan kenyamanan pengguna dan meminimalkan munculnya sentimen negatif yang bersifat emosional. Secara akademik, penelitian ini berkontribusi pada kajian media digital dengan memperluas pemahaman mengenai dinamika persepsi audiens terhadap platform *short-form drama* berbasis aplikasi.

Integrasi analisis sentimen dan *topic modeling* berbasis IndoBERT dan LDA memberikan pendekatan yang komprehensif dalam mengungkap tidak hanya kecenderungan sentimen audiens, tetapi juga isu-isu tematik yang membentuk pengalaman pengguna. Temuan ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji hiburan digital naratif, khususnya dalam konteks platform berbasis aplikasi dan pemanfaatan data ulasan pengguna

KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai persepsi audiens terhadap platform *short-form drama* DramaBox berdasarkan analisis sentimen dan topik pada ulasan pengguna berbahasa Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian audiens secara umum cenderung positif, terutama pada aspek kualitas cerita, daya tarik narasi, dan pengalaman hiburan yang ditawarkan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kekuatan utama DramaBox terletak pada konten sebagai elemen kunci dalam membangun ketertarikan dan kepuasan pengguna, sehingga strategi pemasaran yang menekankan keunggulan konten dan narasi menjadi penting dalam memperkuat positioning platform. Di sisi lain, analisis sentimen negatif mengungkap sejumlah isu yang berpotensi memengaruhi kepuasan dan retensi pengguna, khususnya terkait intensitas iklan, mekanisme monetisasi, aksesibilitas episode, serta kinerja teknis aplikasi. Dari perspektif pemasaran digital, temuan ini menunjukkan bahwa strategi monetisasi yang kurang seimbang dan pengalaman pengguna yang tidak optimal dapat mengurangi nilai yang dihasilkan oleh kualitas konten. Oleh karena itu, penyesuaian strategi monetisasi, pengelolaan iklan yang lebih proporsional, serta peningkatan kualitas layanan teknis menjadi aspek penting dalam mendukung keberlanjutan platform *short-form drama*. Untuk penelitian selanjutnya, kajian ini dapat dikembangkan dengan melibatkan ulasan multibahasa, melakukan studi komparatif antar platform *short-form drama*, serta mengintegrasikan data perilaku pengguna seperti durasi menonton, tingkat keterlibatan, dan pola konsumsi konten. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara strategi pemasaran, pengalaman pengguna, dan keberhasilan platform hiburan digital berbasis narasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M., Pratama, Y. B., & Wahyuzi, Z. (2026). Analisis Pengaruh Komentar Tiktok Terhadap Citra Merek dan Popularitas Erigo Serta Uniqlo di Pasar Indonesia Menggunakan Algoritma Indobert. *INOMATEC: Jurnal Inovasi*, 01(03), 721–743. <https://portalpublikasi.com/index.php/inomatec/article/view/796%0Ahttps://portalpublikasi.com/index.php/inomatec/article/download/796/675>
- Christopher, E. (2025). Transformasi Konsumsi Hiburan Generasi Z melalui TikTok: Pendekatan Ekologi Media. *Koneksi*, 9(2), 524–530.
- Duan, L., Ma, Y., He, H., Li, S., Song, Y., & Wu, Z. (2025). The Siege Effect: Exploring the Characteristics of Youth Consumption Behavior and Its Influencing Factors in the Chinese Short Drama Market. *Theoretical Economics Letters*, 15(02), 551–577. <https://doi.org/10.4236/tel.2025.152030>
- James A. Roberts, PhD and Meredith E. David, P. (2025). Technology Affordances, Social Media Engagement, and Social Media Addiction: An Investigation of TikTok, Instagram Reels, and

- YouTube Shorts. *CYBERPSYCHOLOGY, BEHAVIOR, AND SOCIAL NETWORKING*, 28(5), 318–325. <https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0338>
- Jurel, S. (2025). The Effectiveness of Short-Form Video Content (Reels, TikTok) in Brand Awareness and Consumer Engagement. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(6), 2335–2342.
- Li, W., Cheng, S., Ling, S., & Zheng, C. (2025). Impact of content features of digital micro-dramas on active aging: the serial mediation effect of emotional engagement and social connectedness. *Frontiers in Psychology*, 16(November). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1711672>
- Mahda, A. S., Zumrodah, A., Daud, K. I., & Anshori, M. I. (2025). DAYA TARIK SHORT DRAMA CHINA: FENOMENA KONSUMSI CEPAT DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI SOSIAL. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(5), 1957.
- Meng, L. (Monroe), Kou, S., Duan, S., & Bie, Y. (2024). The impact of content characteristics of Short-Form video ads on consumer purchase behavior: Evidence from TikTok. *Journal of Business Research*, 183, 114874. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114874>
- Mohammadian, L. (2021). *Leveraging AI-Driven Sentiment Analysis for Real-Time User Experience Feedback in Mobile Applications* (Vol. 32, Number 3).
- Monroe, L., Kou, S., Duan, S., & Bie, Y. (2024). The impact of content characteristics of Short-Form video ads on consumer purchase Behavior: Evidence from TikTok. *Journal of Business Research*, 183(July), 114874. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114874>
- Mursidah, I., Sanjaya, R., Yulianto, B., Sweetania, D., & Sularsih, P. (2025). Klasifikasi Sentimen Google Play Store Aplikasi ChatGPT Berbahasa Indonesia Berbasis IndoBERT. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 3349–3359. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15751>
- Reynald Manoppo, M. (2025). ANALISIS SENTIMEN PUBLIK DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KENAIKAN PPN 12% DI INDONESIA MENGGUNAKAN INDOBERT. *Jurnal Kecerdasan Buatan Dan Teknologi Informasi*, 4(2), 152–163. <https://doi.org/https://doi.prg/10.69916/jkbt.v4i2.322>
- Rizka, R. A. N., & Zaehol Fatah. (2025). Analisis Sentimen Komentar YouTube terhadap Tragedi Demo 25 Agustus Menggunakan Pendekatan Lexicon-Based. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 4(2), 217–224. <https://doi.org/10.35473/jamastika.v4i2.4525>
- Sayarizki, P. (2024). Implementation of IndoBERT for Sentiment Analysis of Indonesian Presidential Candidates.pdf. *Ind. Journal on Computing*, 9(2), 61–72.
- Simarmata, A. A. P. (2025). Sentiment Analysis on BRImo Application Reviews Using IndoBERT. *Journal of Applied Informatics and Computing*, 9(3), 851–862.
- Tang, W., & Wang, Y. (2025). ReelShort as a New Template of International Short-drama Business: Platformisation, Glocalisation, and De-Westernised Practices. *Global Media and China*, 0(0), 1–28. <https://doi.org/10.1177/20594364251366414>
- Tiwari, S. K., & Kumar, S. (2025). The Impact of Short-Form Video on Youth Engagement with Brand Content. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 6(5), 14825–14830.
- Wahyudi, M. A., Rahmadhani, M. V., & Mu, A. (2025). *The Impact of Short-Form Video Marketing, Influencer Relatability, and Trust Signals on Gen Z's Purchase Intention*. 6(1), 855–864.
- Waluya, A. P., Maesaroh, S. S., Dzikri, M., & Ridlo, A. (2025). Rekonstruksi Strategi Promosi Program Drama MDTV dalam Konten TikTok @mdtv. official. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 7(1), 509–525. <https://doi.org/https://doi.org/10.38035/jmpis.v7i1>

Wang, L., & Zhang, Q. (2025). Study on cultural differences in user engagement of short video platforms based on the transnational comparison between TikTok and Douyin. *Journal of Modern Social Sciences*, 2(2), 138–143. <https://doi.org/10.71113/jmss.v2i2.232>

Wirayudha, A., Murniyati, M., & Rosdiana, R. (2025). Analisis Sentimen Terhadap Ulasan Access By KAI Pada Google Play Store Menggunakan Metode Indobert. *Portal Riset Dan Inovasi Sistem Perangkat Lunak*, 3(1), 9–20. <https://doi.org/10.59696/prinsip.v3i1.69>