

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kepopuleran *Hallyu* saat ini di Indonesia semakin membeludak. Karena *Hallyu*, membuat budaya Korea lainnya juga sedikit demi sedikit juga semakin populer di Indonesia terutama di kalangan para remaja. Terjadinya pandemi covid-19 membuat adanya perubahan gaya hidup masyarakat Indonesia dimana orang-orang cenderung melakukan kegiatan dari rumah yang menjadikan *K-drama* dan *K-pop* semakin populer di Indonesia karena *K-drama* dan *K-pop* dijadikan sebuah alternatif hiburan. Keterbatasan untuk berkegiatan di luar rumah membuat orang-orang lebih memilih untuk menyimpan makanan siap saji atau instan agar mudah untuk di olah.

Banyaknya produk makanan Korea terutama produk makanan instan Korea di Indonesia ini tidak lepas dari kepopuleran *Hallyu* di Indonesia. Dimana kepopuleran *Hallyu* di Indonesia ini dijadikan sebagai dasar produsen Indonesia memproduksi makanan Korea. Dua dari tiga produsen Indonesia memang menyukai *Hallyu* dan menjadikan kesukaanya pada *Hallyu* sebagai dasar mereka dalam memproduksi makanan Korea. Sedangkan satu produsen Indonesia mengatakan kepopuleran *Hallyu* di Indonesia ini dimanfaatkan sebagai peluang bisnis.

Kemudian, terjadinya pandemi covid-19 membuat produsen Indonesia akhirnya berfikir untuk memproduksi makanan instan Korea supaya usahanya

tetap berjalan karena adanya perubahan gaya hidup masyarakat. Pandemi ini membuat masyarakat lebih memilih untuk menyimpan makanan instan atau makanan siap saji agar mudah diolah. Keterbatasan beraktifitas membuat *K-drama* semakin populer dan membuat semakin banyak masyarakat Indonesia yang mengetahui seperti apa makanan Korea yang kemudian mencari makanan tersebut.

Produsen Indonesia melakukan promosi melalui sosial media seperti Instagram dan Tiktok. Konten yang ditampilkan dalam promosi di sosial media lebih kepada makanan Korea atau *K-food* itu sendiri sebagaimana produk yang di produksi oleh ketiga produsen tersebut. Konten *K-drama* dan *K-pop* hanya digunakan sesekali seperti potongan-potongan drama, *soundtrack* drama dan lagu-lagu artis *K-pop*. *Soundtrack* drama dan lagu-lagu artis *K-pop* biasa digunakan sebagai *background* dan potongan-potongan drama digunakan untuk pengenalan makanan Korea sekaligus promosi pada produk mereka.

4.2 Saran

Untuk penelitian selanjutnya terkait tentang produsen Indonesia dalam memilih untuk memproduksi makanan instan Korea ini akan menjadi bahan acuan dan bisa lebih diperdalam lagi karena kondisi pandemi saat ini membuat adanya keterbatasan dalam bertatap muka sehingga wawancara hanya dilakukan melalui google meet.

Produsen makanan instan Korea di Indonesia bisa lebih mengembangkan produknya sehingga masyarakat Indonesia dapat lebih banyak mengetahui dan merasakan makanan Korea.