

BAB 4

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kepopuleran *K-Mukbang* telah mendunia hingga ke berbagai belahan dunia tidak terkecuali di Indonesia membuat banyak orang khususnya para remaja mulai memiliki ketertarikan untuk membeli produk makanan Korea. Tayangan *K-Mukbang* memiliki pengaruh yang signifikan dalam menambah minat beli atas produk makanan Korea pada remaja di kota Kendari. Terdapat beberapa faktor yang membuat tayangan *K-Mukbang* dapat menambah minat beli atas produk makanan Korea pada remaja di kota Kendari yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologis.

Minat atas makanan Korea pada remaja di kota Kendari akan mendorong para remaja untuk melakukan tindakan pembelian atas produk makanan Korea. Para remaja di kota Kendari memiliki kecenderungan untuk merekomendasikan produk makanan yang mereka minati kepada orang lain serta menjadikan produk makanan Korea sebagai pilihan utama mereka untuk dikonsumsi setelah menonton tayangan *K-Mukbang*. Untuk mendukung minat beli pada produk makanan Korea, para remaja di kota Kendari akan mencari berbagai informasi mengenai produk makanan Korea. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari 9 narasumber yang meninjau makanan Korea, diketahui bahwa jenis makanan Korea yang paling diminati oleh semua narasumber adalah *bulgogi* dan *ramyeon*.

4.2 Saran

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis tayangan *K-Mukbang* dalam menambah minat beli atas produk makanan Korea. Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan, penulis sadar jika masih ada kekurangan serta keterbatasan yang terdapat di penelitian ini dalam hal menemukan alasan mengapa tayangan *K-Mukbang* dapat menambah minat beli atas produk makanan Korea. Maka dari itu, untuk penelitian selanjutnya terkait tayangan *K-Mukbang* agar dapat lebih mengembangkan beberapa aspek lain misalnya menggunakan pendekatan kuantitatif di subjek penelitian yang sama ataupun berbeda dengan jumlah responden atau narasumber yang lebih besar.

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian, saran yang juga diberikan oleh penulis, yaitu pertama, kepada perusahaan atau UMKM 1) agar dapat meniru strategi promosi yang dilakukan untuk mempromosikan makanan Korea yaitu dengan menggunakan kanal YouTube dan TikTok untuk menarik konsumen. 2) merekrut *food vlogger* yang ahli ketika mempromosikan produk sehingga lebih persuasif dalam menarik konsumen salah satunya adalah dengan cara membuat konten *K-Mukbang*. 3) kerap mengupload info terkait produk, serta mengundang pengikut menyampaikan komentar positif yang bisa mempengaruhi minat calon konsumen untuk membeli. 4) meningkatkan kualitas produk sehingga mempunyai figur selaku negara produsen yang berkualitas sehingga menarik minat beli calon konsumen.