

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek gastronomi dalam konten kanal Youtube Kisarasa dan mengetahui pengaruhnya terhadap tingkat pengetahuan gastronomi pada *subscriber*. Terdapat dua variabel yang diteliti yaitu aspek gastronomi dalam konten Kisarasa ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ). Peneliti memilih kanal Youtube Kisarasa sebagai subjek penelitian dan *subscriber*-nya sebagai objek penelitian. Hal ini didasarkan atas potensi Kisarasa dalam mengembangkan konten *docuseries* gastronomi kuliner Indonesia. Melihat bahwa Youtube menempati posisi pertama sebagai media sosial dengan konten kuliner menempati posisi keempat yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia.

Penelitian ini menerapkan pendekatan eksplanatif dalam metode kuantitatif multivariate. Sebanyak 130 sampel diambil secara acak melalui perhitungan simple random sampling dari *subscriber* kanal Youtube Kisarasa. Data yang terkumpul dari hasil pengisian kuisisioner selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS Statistics 26 dengan fokus pada metode analisis regresi linear berganda. Berikut merupakan simpulan dari hasil akhir penelitian yang didasarkan pada tujuan penelitian :

1. Kisarasa berhasil menyampaikan banyak narasi terkait dengan aspek gastronomi yang menguatkan citra bahwa Indonesia memiliki kekayaan gastronomi di setiap penjurunya. Setiap episode Kisarasa menyajikan berbagai aspek gastronomi pada setiap hidangannya, tetapi lebih dominan pada aspek *culture* dan *history*. Hal ini menunjukkan *subscriber* kanal Youtube Kisarasa merasa bahwa Kisarasa telah menyampaikan sejarah, makna filosofis, serta etika dan etiket hidangan Nusantara secara mendetail, jelas, dan baik.
2. Hasil analisis menunjukkan aspek gastronomi ( $X_1$ ) dalam konten Kisarasa menunjukkan pengaruh signifikan terhadap tingkat pengetahuan ( $Y$ ) *subscriber* dengan nilai Sig.  $0.000 < 0.05$  dan t-hitung  $4.678 > 1.978$ . *Subscriber* menilai bahwa Kisarasa dominan menonjolkan aspek budaya dan sejarah gastronomi pada setiap kontennya. Hal ini didukung oleh analisis deskriptif yang menunjukkan kedua aspek tersebut mendapatkan nilai tinggi,

yaitu 5.22 dan 5.24 dari total 6 poin. Konten Kisarasa memengaruhi pengetahuan *subscriber* terutama dalam aspek budaya dan sejarah gastronomi, yang mencakup sejarah, tradisi, aspek sosial, proses memasak tradisional, cara penyajian, etika, serta makna filosofis dari hidangan Nusantara. Pengetahuan gastronomi *subscriber* dapat lebih meningkat jika Kisarasa menyampaikan konten dari sembilan narasumber dalam teori Salapan Cinyusu, menjadikannya identitas gastronomi yang lebih unik, atraktif, dan informatif.

3. Hasil analisis menunjukkan terpaan media ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengetahuan (Y) *subscriber*, dengan nilai Sig.  $0.778 > 0.05$  dan t-hitung  $-0.282 < 1.978$ . Hal ini disebabkan oleh rendahnya frekuensi dan atensi *subscriber*, di mana hanya 22% menonton setiap konten terbaru dan atensi menonton penuh hanya 14%. Analisis deskriptif menunjukkan indikator frekuensi dan durasi memiliki nilai rerata rendah, masing-masing 4.81 dan 5.12 dari 6 poin. *Subscriber* memiliki hasrat tersendiri untuk memilih media dan konten kisarasa hanya memenuhi pendekatan berbasis kebutuhan bagi *subscriber* Sehingga terpaan media tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan subscriber karena faktor psikologis dan jenis pendekatan berbasis kebutuhan yang disajikan oleh konten Kisarasa.
4. Hasil analisis menunjukkan nilai Sig.  $0.000 < 0.05$ , nilai F-hitung  $16.982 > F$ -tabel 3.07, nilai R 0.459, dan  $R^2$  0.211. Hal ini menunjukkan bahwa aspek gastronomi ( $X_1$ ) dan terpaan media ( $X_2$ ) secara simultan mempengaruhi tingkat pengetahuan subscriber (Y) sebesar 21,1% dengan tingkat korelasi sedang berdasarkan pedoman Pearson, sementara 78,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Analisis deskriptif menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan *subscriber* tinggi dalam kemampuan mengetahui, aplikasi, sintesis, dan analisis, tetapi menurun dalam kemampuan memahami dan analisis. *Subscriber* kesulitan dalam menyimpulkan, membedakan, dan menerapkan informasi gastronomi dari konten Kisarasa secara optimal. Namun, tingkat pengetahuan gastronomi *subscriber* termasuk dalam kategori baik karena mendapatkan nilai lebih dari 50% dari total 6 poin, sesuai dengan perhitungan kategori oleh Budiman dan Riyanto (2013).

## 5.2 Saran

### 1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian dengan lebih merinci dan luas, salah satunya dengan cara menambahkan variabel-variabel lain atau teori-teori pendukung lain yang berkaitan erat dengan gastronomi dan penggunaan media. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat meneliti media lain yang menyajikan informasi gastronomi, baik itu media massa lama ataupun media massa baru (digital).

### 2. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi, tambahan informasi atau wawasan, dan acuan penelitian selain buku dan jurnal di masa mendatang terutama terkait dengan penelitian mengenai gastronomi dan penggunaan media di seluruh program studi pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.

### 3. Bagi Masyarakat

Dari hasil penelitian ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami bahwa penggunaan media dapat membantu meningkatkan pengetahuan. Masyarakat perlu memilih ragam media yang tepat untuk mencari informasi sesuai kebutuhan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat mendorong masyarakat untuk menggunakan media dalam menggali dan memahami kekayaan gastronomi hidangan Nusantara.

### 4. Bagi Kisarasa

Penelitian ini membuktikan bahwa aspek gastronomi dan terpaan media pada konten Kisarasa berpengaruh terhadap peningkatan pengetahuan gastronomi subscriber. Oleh karena itu, Kisarasa diharapkan dapat mengeksplorasi gastronomi hidangan Nusantara di kota-kota lain di Indonesia, menjaga konsistensi dalam mengunggah konten menarik untuk meningkatkan minat masyarakat, serta terus meningkatkan kualitas teknik pembawaan, ciri khas, dan editing konten. Selain itu, Kisarasa diharapkan dapat mengembangkan konten gastronomi dengan melibatkan lebih banyak narasumber, termasuk pengusaha, pakar, dan pemerhati.