

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak keanekaragaman dan keindahan di dalamnya, baik dari segi alam, budaya, maupun tradisi. Pariwisata merupakan sebuah fenomena yang kini telah menjadi salah satu aktivitas ekonomi dan sosial yang paling signifikan (Saputra dkk., 2024). Pariwisata menjadi sektor yang potensial bagi ekonomi Indonesia karena keterkaitannya dengan penyediaan layanan yang akan memajukan perekonomian seperti pelayanan akan tempat tinggal dan tempat makan. Wisata kuliner adalah kategori perjalanan wisata yang tidak hanya memiliki tujuan untuk mengisi perut dengan makan makanan khas dari daerah tujuan wisata, tetapi juga mampu memberikan pengalaman unik dengan mencicipi serta memasak makanan khas dari lokasi wisata yang dikunjungi (Kristiana dkk., 2018).

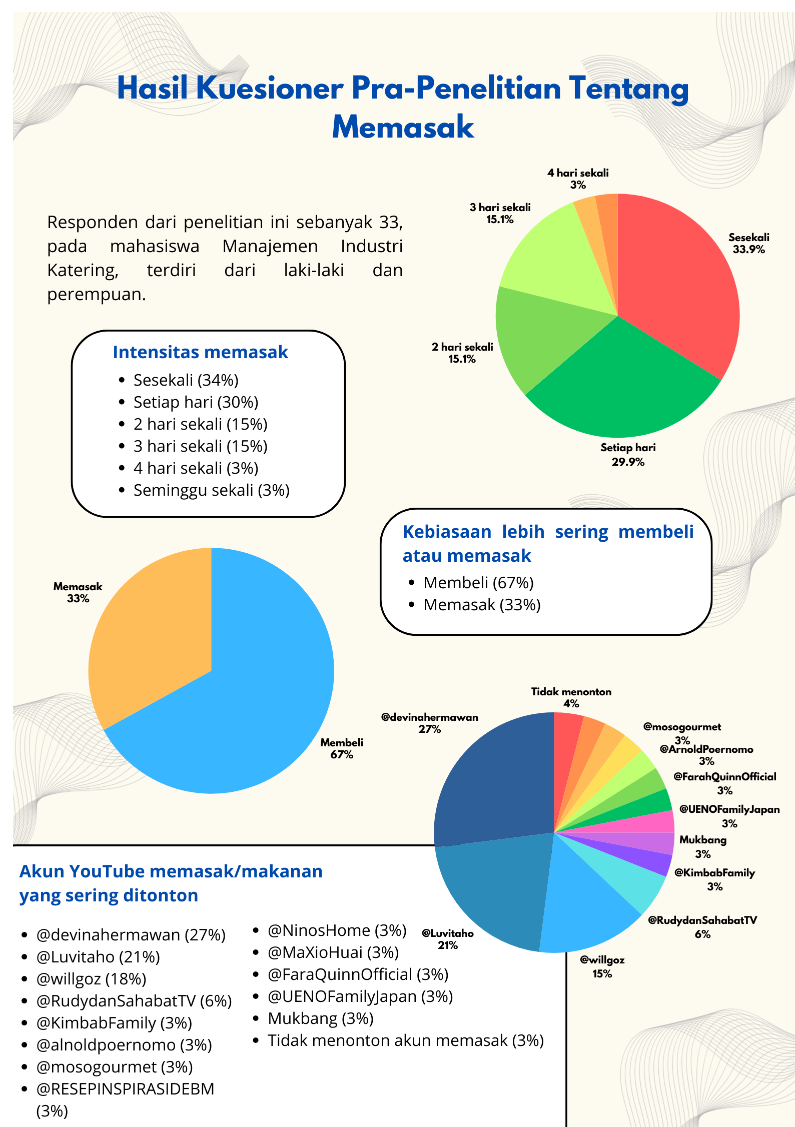
Wisata kuliner bisa menjadi daya tarik untuk mendatangkan wisatawan, serta membantu mengembangkan makanan dan minuman tradisi sebagai atraksi yang dipersembahkan kepada wisatawan. Menurut studi yang dilakukan oleh Kokkranikal & Carabelli (2021), kelas memasak yang merupakan bagian dari wisata kuliner dapat meningkatkan antusiasme dan ketertarikan wisatawan dalam kegiatan memasak. Wisatawan mendapat lebih dari sekedar pengalaman rekreasi, mereka juga memupuk keterampilan baru serta motivasi untuk mencoba kembali masakan yang telah dipelajari. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa wisata kuliner memiliki peran yang penting dalam meningkatkan minat memasak di kalangan Masyarakat secara umum.

Wisata kuliner kini menjadi salah satu magnet utama dalam industri pariwisata global. Namun, kemajuan sektor kuliner di dunia juga bersamaan dengan perubahan cara pandang generasi muda terhadap kegiatan memasak.

Penelitian oleh Gaston (2022), menunjukkan bahwa meskipun generasi muda memahami pentingnya keterampilan memasak untuk kesehatan dan kemandirian mereka, banyak yang menganggap aktivitas tersebut merepotkan, memakan waktu, dan kurang menarik dibandingkan pilihan makanan cepat saji dan layanan antar. Situasi ini mencerminkan tantangan di tingkat internasional, yaitu penurunan minat dan kemampuan memasak di kalangan anak muda. Kendala yang ada antara lain adalah waktu yang terbatas, kurangnya dasar pengetahuan mengenai memasak, biaya yang dipandang tinggi, serta pengaruh gaya hidup modern yang lebih menghargai kepraktisan. Sebagai langkah solutif, penelitian ini menyarankan pentingnya strategi untuk meningkatkan ketertarikan dalam memasak, salah satunya melalui pendidikan memasak berbasis praktik langsung, pemanfaatan media sosial sebagai alat pembelajaran, dan usaha untuk membentuk pandangan positif bahwa memasak tidak hanya sekadar kewajiban, tetapi juga sebuah kegiatan yang menyenangkan. Selain itu, budaya luar yang semakin mudah diakses membuat sebagian orang cenderung lebih tertarik memilih makanan modern atau siap saji untuk dikonsumsi, sehingga tidak menutup kemungkinan jika makanan Indonesia akan mengalami penurunan minat sedikit demi sedikit (Sempati & Lestariwati, 2017).

Sejalan dengan hal tersebut, di Indonesia pada masa pandemi COVID-19 justru sempat mendorong tren meningkatkan minat memasak di rumah, khususnya dalam pembuatan kudapan, karena banyak masyarakat yang terinspirasi dari konten resep di media sosial. Namun, tren tersebut lebih bersifat sementara dan berisiko menurun setelah pandemi berakhir. Generasi muda, termasuk mahasiswa, masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan keterampilan memasak karena kecenderungan memilih makanan cepat saji yang lebih praktis. Solusi yang ditawarkan yaitu mengoptimalkan media sosial sebagai sarana edukasi dan keterlibatan konten kreator bisa menjadi upaya dalam meningkatkan minat memasak (N. N. Putri & Anita, 2022)

.Setelah uraian permasalahan diatas, peneliti merasa perlu melakukan pra-penelitian pada mahasiswa Manajemen Industri Katering untuk mendapatkan gambaran awal mengenai minat memasak. Peneliti melakukan pra-penelitian yang disebarakan kepada 33 responden, dengan mempertanyakan terkait minat dan kebiasaan memasak Mahasiswa Manajemen Industri Katering. Hasil pra-penelitian ditampilkan pada infografis berikut:



Gambar 1.1 Hasil Pra-Penelitian

Sumber: Diolah peneliti, 2025

Nida Fadhilah, 2025

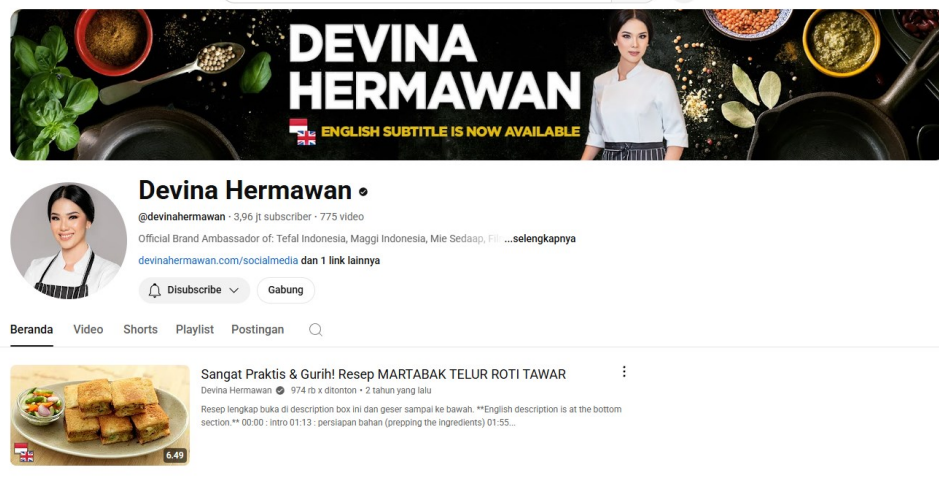
PENGARUH MEDIA SOSIAL YOUTUBE @DEVINAHERMAWAN TERHADAP MINAT MEMASAK MAKANAN INDONESIA MAHASISWA MANAJEMEN INDUSTRI KATERING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan hasil kuesioner yang telah dibagikan oleh peneliti kepada 33 responden Mahasiswa Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia. Minat dalam memasak di kalangan Mahasiswa Manajemen Industri Katering merupakan aspek yang terintegrasi dalam proses belajar Mahasiswa. Ketertarikan ini dapat terlihat dari pemilihan Program Studi yang berfokus pada sektor kuliner. Hasil pra-penelitian menunjukkan hasil fenomena yang unik. Meskipun sebagian besar Mahasiswa melaporkan intensitas masak tertentu yaitu 34% masak dengan intensitas sesekali, lalu 30% masak dengan intensitas setiap hari, 15% masak dengan intensitas 2 hari sekali, lalu 15% masak dengan intensitas 3 hari sekali, 3% masak dengan intensitas 4 hari sekali, dan 3% masak dengan intensitas seminggu sekali. Namun, mayoritas responden (67%) lebih memilih untuk membeli makanan daripada memasaknya sendiri (33%). Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun ketertarikan terhadap memasak ada, hal tersebut belum sepenuhnya terwujud dalam rutinitas sehari-hari. Perbedaan ini juga menunjukkan pentingnya penelitian mengenai berbagai faktor yang dapat mendorong Mahasiswa untuk lebih aktif menyalurkan ketertarikan mereka pada kegiatan memasak. Salah satunya adalah peran media sosial, khususnya YouTube, yang sering digunakan Mahasiswa. Hasil mengungkapkan bahwa 27% responden menonton @devinahermawan, 21% @Luvitaho, 18% menonton @willgoz, 6% menonton @RudydanSahabatTV, 3% menonton @KimbabFamily, 3% menonton @alnoldpoernomo, 3% menonton @mosogourmet, 3% menonton @RESEPINSPIRASIDEBM, 3% menonton NinosHome, 3% menonton @MaXioHuai, 3% menonton @UENOFamilyJapan, 3% menonton @FarahQuinnOfficial, 3% menonton konten mukbang dan 3% tidak menonton YouTube memasak atau makanan. Maka dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk menjadi pendorong yang dapat memperkuat minat memasak Mahasiswa Manajemen Industri Katering, sehingga tidak hanya menjadi potensi tetapi menjadi kebiasaan.

Fenomena kesenjangan ini tidak dapat dilepaskan dari peran media sosial. Media sosial atau jaringan sosial merupakan elemen dari media kontemporer. Sangat jelas bahwa unsur interaktif dalam media baru sangatlah besar. Media sosial juga berfungsi sebagai sarana komunikasi. Saat ini, terdapat berbagai jenis platform media sosial, seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, Twitter, dan lain-lain (Safira & Zurani, 2022). Media sosial YouTube adalah media sosial yang banyak digunakan untuk video. YouTube menawarkan berbagai macam informasi dalam format video, termasuk audio. YouTube dirancang untuk orang-orang yang ingin mendapatkan informasi dalam bentuk video dan penggunaanya berkesempatan untuk mengupload video sendiri (Maryam dkk., 2025). Media sosial, khususnya YouTube, telah menjadi salah satu sumber belajar nonformal yang sangat populer di kalangan mahasiswa yang berpotensi meningkatkan minat pada mahasiswa.

Untuk membingkai penelitian ini, digunakan teori kognitif sosial menurut Bandura (1986) yang menyatakan bahwa individu belajar dengan mengamati orang lain. Penelitian ini fokus pada minat memasak yang dapat dipengaruhi dengan mengamati orang lain, yaitu dengan melihat tontonan memasak yang ada di media sosial YouTube. Penelitian terbaru oleh Sokolova dkk (2024) yang juga menggunakan teori kognitif sosial oleh Bandura (1986) menjelaskan bagaimana konten memasak di media sosial dapat meningkatkan niat seseorang untuk melakukan *home cooking*. Penelitian ini mengambil studi kasus akun YouTube Devina Hermawan sebagai representasi konten memasak, mengingat 27% responden pada pra-penelitian mengaku sering menonton akun Devina Hermawan.



Gambar 1.2 YouTube @devinahermawan

Sumber: YouTube @devinahermawan

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukkan tampilan channel akun YouTube @devinahermawan yang sudah ada sejak 28 Februari 2019. Saat ini sudah memiliki *subscriber* sebanyak 3,96 juta, dan memiliki 775 video yang di upload pada akun YouTube-nya. Pada akun YouTube-nya, banyak *subscriber*-nya tertarik untuk memasak apa yang ditontonnya. Berikut beberapa penonton yang tertarik memasak setelah menonton video di YouTube akun @devinahermawan:



Gambar 1.3 Kolom Komentar (1)

Sumber: Kolom komentar YouTube @devinahermawan

Berdasarkan gambar 1.3 menunjukkan komentar di salah satu video channel YouTube @devinahermawan, penonton yang menonton video tutorial memasak di channel YouTube @devinahermawan, menjadi tertarik dan berkeinginan untuk memasak dan mencoba resep yang sudah dilihatnya.



Gambar 1.4 Kolom Komentar (2)

Sumber: Kolom komentar YouTube @devinahermawan

Berdasarkan gambar 1.4 menunjukkan komentar lain di salah satu video tutorial memasak channel YouTube @devinahermawan, penonton berkomentar pendapatnya setelah menonton video tutorial tersebut. Penonton yang melihat menjadi antusias dan berniat untuk mencoba memasak makanan dari resep video tutorial memasak yang dilihatnya.

Mahasiswa Manajemen Industri Katering Universitas Pendidikan Indonesia dengan praktik memasak merupakan Mahasiswa yang belajar tentang memasak. Berdasarkan pra-penelitian terhadap 33 orang responden, sebagian besar Mahasiswa melaporkan intensitas masak tertentu, Namun, mayoritas responden (67%) lebih memilih untuk membeli makanan daripada memasaknya sendiri (33%). Situasi ini menunjukkan bahwa meskipun ketertarikan terhadap memasak ada, hal tersebut belum sepenuhnya terwujud dalam rutinitas sehari-hari. Perbedaan ini juga menunjukkan pentingnya

penelitian mengenai berbagai faktor yang dapat mendorong Mahasiswa untuk lebih aktif menyalurkan ketertarikan mereka pada kegiatan memasak. Salah satunya adalah peran media sosial, khususnya YouTube yang sering digunakan Mahasiswa. Hasil mengungkapkan bahwa 27% responden menonton @devinahermawan. Lalu, kesenjangan penelitian sebelumnya oleh Indrayuda & Novalia (2024) hanya menjelaskan tentang interaksi penggunaan media sosial YouTube @devinahermawan. Meskipun akun @devinahermawan banyak digunakan mahasiswa, belum ada penelitian yang mengukur sejauh mana kontennya berkontribusi pada peningkatan minat memasak.

Maka dari itu, berdasarkan kesenjangan tersebut peneliti memiliki niat untuk melaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Media Sosial YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, ada beberapa rumusan masalah. Berikut rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh Frekuensi menonton YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering?
2. Bagaimana pengaruh Durasi menonton YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering?
3. Bagaimana pengaruh Atensi menonton YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering?
4. Bagaimana pengaruh Media Sosial YouTube @devinahermawan (Frekuensi, Durasi, dan Atensi) terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang pada penelitian ini, tujuan penelitian yaitu:

1. Mengetahui pengaruh Frekuensi menonton YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering
2. Mengetahui pengaruh Durasi menonton YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering
3. Mengetahui pengaruh Atensi menonton YouTube @devinahermawan terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering
4. Mengatahui pengaruh Media Sosial YouTube @devinahermawan (Frekuensi, Durasi, dan Atensi) terhadap Minat Memasak Makanan Indonesia Mahasiswa Manajemen Industri Katering

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumbangan pemikiran, serta menjadi keterbaruan dalam pengembangan ilmu, khususnya terkait minat memasak makanan Indonesia.

2. Manfaat Praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi seseorang yang membutuhkan referensi untuk penelitian yang terkait maupun hanya sekedar mencari informasi mengenai minat memasak makanan Indonesia, atau media sosial YouTube. Selain itu, diharapkan bisa memberikan gambaran bahwa media sosial YouTube dapat menjadi sarana penunjang motivasi belajar nonformal, khususnya dalam menumbuhkan

minat pada makanan Indonesia sebagai upaya pelestarian melalui minat pada memasak makanan Indonesia.

1.5 Sistematika Penulisan

Secara umum, penelitian ini dibuat sesuai dengan pedoman penulisan Universitas Pendidikan Indonesia. Berikut sistematika penulisan penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab 1 pendahuluan ini terdapat latar belakang, rumusan masalah, tujuan, serta manfaat dari penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Pada bab 2 kajian pustaka terdapat teori-teori dari para ahli dan kerangka pemikiran yang memperkuat penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab 3 terdapat metode penelitian, meliputi objek, subjek, populasi, sumber data, instrumen penelitian, hingga teknik yang digunakan dalam pengambilan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab 4 ini, dipaparkan temuan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan jelas dan rinci.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 5 ini terdapat kesimpulan dan saran dari peneliti.