

Studi Kasus Persepsi Masakan Indonesia di Kalangan Penonton Internasional di Platform YouTube: Menganalisis Video Youtube Mark Wiens = A Case Study on the Perceptions of Indonesian Cuisine with International Audiences on the YouTube Platform: Analyzing Mark Wiens Youtube Video

Gregorius Aryobudi Satrianto, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535844&lokasi=lokal>

Abstrak

Artikel ini mempelajari bagaimana makanan Indonesia direpresentasikan oleh para vlogger platform YouTube yang tinggal di luar negeri. Terlepas dari kenyataan bahwa makanan Indonesia memiliki beragam rasa dan proses memasak yang rumit yang melibatkan rempah-rempah dan bumbu yang kaya (Maharani, 2019), namun secara komersial tertinggal. Saat makanan dari negara lain seperti Thailand dan Vietnam (Hananto, 2020) sudah terkenal, hal ini tentu mempengaruhi cara pandang orang asing terhadap makanan Indonesia, seperti yang terlihat di Amerika Utara, di mana terdapat lebih dari 1,000 restoran makanan Thai yang tersebar di Amerika Serikat (Keasberry, 2020). Dengan menggunakan teori jaringan sosial komunikasi (Ritzer, 2014) dan menganalisis keberadaan makanan Indonesia di luar negeri melalui konten-konten di platform Youtube, makalah ini akan mengeksplorasi kemungkinan mempromosikan makanan Indonesia dengan memahami representasi media makanan Indonesia di luar negeri, seperti dilansir vlogger YouTube terkenal.

.....

This article examines the representation of Indonesian YouTube platform vloggers living abroad. Even though Indonesian food has a wide variety of flavours and a complicated cooking process involving rich spices and seasonings (Maharani, 2019), it is lagging commercially. Food from other countries such as Thailand and Vietnam (Hananto, 2020) is well-known. This popularity affects how foreigners view Indonesian food, as seen in North America, where more than 1000 Thai Food restaurants across the United States (Keasberry, 2020). Using the social communication networking theory (Ritzer, 2014) and analysing the presence of Indonesian food abroad through Youtube content, this paper will explore the possibility of promoting Indonesian food by understanding the representation of Indonesian food media abroad reported by YouTube vloggers.