

Konsumsi Kuliner Viral Berdasarkan Ulasan Food Vlogger Pada Masyarakat Konsumen: Studi Kasus Antrean Kuliner Viral Blok M = Viral Food Consumption Based on Food Vlogger Reviews in Consumer Society: A Case Study of Viral Food Queue in Blok M

Mayla Marsya Marizka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920571912&lokasi=lokal>

Abstrak

Melihat fenomena terbentuknya antrean panjang untuk mengonsumsi kuliner viral kawasan Blok M Jakarta Selatan berdasarkan konten ulasan unggahan food vlogger di media sosial, penelitian ini mengkaji kegiatan konsumsi yang telah berkembang di kalangan masyarakat konsumen. Lebih lanjut, penelitian ini menelusuri respon yang diberikan oleh masyarakat konsumen terhadap keinginan yang diproduksi oleh food vlogger. Keinginan tersebut kemudian mengarah pada terbentuknya antrean kuliner viral, karena muncul pada banyak orang sekaligus. Studi-studi sebelumnya telah menemukan berbagai indikator personal, sosial, teknologi yang memengaruhi ketertarikan masyarakat terhadap konten kuliner viral di media sosial. Namun, studi terdahulu belum mengkaji tindak lanjutnya, yaitu perilaku mencoba kuliner viral secara langsung, sehingga gap tersebut menjadi fokus pembahasan penelitian. Mengacu pada teori masyarakat konsumen Bauman dan Featherstone, fenomena antre kuliner viral muncul pada kategori masyarakat tersebut, sehingga teori ini digunakan sebagai teori utama dalam penelitian. Turut digunakan konsep komoditas need vs. desire didalamnya untuk menganalisis desire yang berperan dalam membentuk fenomena penelitian. Mengadopsi metode penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam. Argumentasi penelitian dibuktikan oleh hasil temuan yang menggambarkan bahwa fenomena antre kuliner viral merupakan manifestasi dari keinginan konsumsi masyarakat konsumen, karena dibentuk oleh imaji serta desire yang diproduksi oleh food vlogger melalui media sosial.

.....Observing the phenomenon of long queues forming to consume viral foods in the Blok M area of South Jakarta based on reviews posted by food vloggers on social media, this research examines the consumption activities that have developed among consumer society. Furthermore, this study investigates the responses given by consumers to the desires produced by food vloggers. These desires then lead to the formation of queues for viral foods, as they emerge simultaneously among many people. Previous studies have found various personal, social, and technological indicators that influence public interest in viral culinary content on social media. However, prior studies have not examined the subsequent behavior of trying viral foods directly, therefore this gap becomes the focus of this research. Referring to Bauman and Featherstone's theory of consumer society, the phenomenon of queuing for viral foods emerges within this category of society, making this theory the primary framework for this research. Additionally, the concept of need vs. desire commodity is utilized to analyze the desire that plays a role in shaping the research phenomenon. Adopting a qualitative research method, data collection was carried out through observation and in-depth interviews. The research argument is supported by the findings that illustrate that the phenomenon of viral food queue is a manifestation of consumer society's consumption desires, as it is shaped by the images and desires produced by food vloggers through social media.