

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian penulis diketahui bahwa faktor mahasiswa konsumsi makanan *instagramable*, yaitu faktor keingintahuan/penasaran, ingin eksis di media sosial, ketertarikan pada makanan/kuliner. Sedangkan untuk dampak sosial yang dirasakan oleh mahasiswa dari konsumsi makanan *instagramable*, yaitu meningkatkan relasi sosial, meningkatkan status sosial simbolik, dan tawaran promosi (*endorsement*). Berangkat dari penjelasan mengenai faktor dan dampak sosial dari konsumsi makanan *instagramable*, Hal ini membuat para informan memiliki konstruksi makna atas makanan *instagramable*. Makna makanan *instagramable* bagi informan diperoleh dari arti penting mengkonsumsi makanan *instagramable* dan kemudian membagikannya di akun instagram miliknya. Tentunya makna makanan *instagramable* akan berbeda pada setiap informan yang mengkonsumsinya tergantung persepsinya. Makanan *instagramable* yang belum memiliki definisi secara pasti tentunya akan menghasilkan bentuk yang beragam sesuai dari persepsi informan mengkonsumsi dan membagikannya melalui *postingan* media sosial instagram.

Makna makanan *instagramable* bagi mahasiswa terdiri dari makna sesungguhnya, makna bagi dirinya, dan makna bagi lingkungan sosialnya. Faktor sosial mahasiswa hingga memilih makanan *instagramable* menjadi latar belakang yang kuat. Faktor sosial mengkonsumsi makanan *instagramable* terdiri dari hits atau viralnya

makann tersebut, keindahan atau estetika makanan tersebut, dan harga dari makanan tersebut. Relasi sosial setelah mahasiswa mengkonsumsi makanan *instagramable* adalah berpengaruh pada selera yang merupakan budaya, kemudian legitimasi dan jaringan sosial mereka.

Makna makanan *Instagramable* bagi mahasiswa diperoleh dari arti penting serta tujuan mahasiswa mengkonsumsi makanan *instagramable* dan kemudian membagikannya di akun Instagram miliknya. Makna Makanan *Instagramable* bagi mahasiswa terdiri dari makna sesungguhnya, makna untuk diri sendiri, dan makna sosial. Makna sesungguhnya makanan *instagramable* adalah kegiatan mencicipi dan keindahan atau estetika dari makanan tersebut sehingga pantas *diposting* di media sosial Instagram. Makna makanan *instagramable* untuk diri sendiri adalah untuk mengapresiasi diri dan menaikan nafsu makan. Makna sosial dari makanan *instagramable* adalah citra sosial yang mengkonsumsinya, gengsi, dan memberikan informasi atau rekomendasi makanan kepada *followers* instagram mereka.

5.2 Saran

a. Bagi Masyarakat Secara Luas

Bagi mahasiswa yang mengkonsumsi dan memposting makanan *instagramable* sebaiknya lebih mempertimbangkan berbagai kemungkinan respon yang akan diterima dari tindakan memposting makanan di media sosial. Setiap yang *diposting* di media sosial belem tentu memiliki nilai makna yang sama saat diterima oleh *followers* atau pengguna media sosial lain. Pengembangan dan pengaburan makna asli dari sebuah

postingan makanan akan menjadikan dampak dan respon yang beragam dari pengguna media sosial lain.

Media sosial saat ini belum memiliki etika yang jelas tidak seperti di dunia nyata. Etika yang belum jelas itu menjadikan media sosial layaknya dunia baru yang masih dalam proses pembentukan etika dan aturannya. Media sosial juga menjadi wadah bertukar tambah referensi, selera, opini, dan informasi yang mudah dan cepat jika digunakan dengan baik dan benar.

b. Bagi Pemerintah

Pemerintah dapat berperan sebagai regulator agar membuat kebijakan yang dapat mengatur pola interaksi menggunakan media sosial yang sesuai nilai dan norma yang berlaku di Indonesia. Peraturan yang jelas akan menghasilkan etika bermedia sosial yang jelas di masyarakat. Selain itu pemerintah dapat melihat fenomena makanan *instagramable* yang muncul di media sosial sebagai peluang untuk memajukan perekonomian.

Makanan *instagramable* yang dibagikan di media sosial merupakan peluang promosi bagi pengusaha dan umkm dibidang makanan. Pemerintah dapat berperan aktif dalam peluang ini sebagai regulator dan inisiator. Pemerintah sebagai regulator dan inisiator dapat mempermudah izin pembukaan usaha makanan yang kreatif. Pemerintah juga bisa membantu menyediakan wilayah khusus pusat jajanan atau makanan inovatif dengan begitu akan meningkatkan transaksi dan perekonomian kreatif di indonesia.