

Pengaruh Konten Video Kuliner di Media Interaktif terhadap Minat Mahasiswa Generasi Z pada Kuliner Nusantara

Azka Huwaida Laksono¹, Elin Siti Nurjanah², Tiana Naila Nazah³, Muhammad Rizki Jaelani⁴, Vina Thirza Aflah⁵, Supriyono⁶

^{1,2,3,4,5} Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia

⁶ Pendidikan Kewarganegaraan, Universitas Pendidikan Indonesia

e-mail: huwaidazka29@upi.edu

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh konten video kuliner di media interaktif terhadap minat mahasiswa Generasi Z terhadap makanan Nusantara. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif, penelitian ini melibatkan 100 mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia berusia 18-24 tahun. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa konten video kuliner secara efektif meningkatkan kesadaran budaya kuliner di kalangan Generasi Z, yang menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang pentingnya menjaga makanan tradisional sebagai bagian dari identitas budaya. Media interaktif memainkan peran penting dalam menarik minat partisipan untuk menjelajahi dan menikmati masakan Nusantara. Pengembangan konten kuliner Nusantara di media digital terbukti menjadi upaya yang tepat untuk memperkenalkan kuliner Nusantara secara lebih luas di tengah era globalisasi dan membantu menjaga kelestariannya. Penelitian ini juga menyoroti peran penting teknologi dalam memperkenalkan kekayaan kuliner Nusantara kepada generasi muda, serta mendukung pelestarian budaya kuliner tradisional di era digital.

Kata kunci: *Konten Video, Generasi Z, Media Interaktif, Minat, Konten Kreator*

Abstract

This study aims to identify the influence of culinary video content in interactive media on Generation Z students' interest in Nusantara food. Using a qualitative approach that is descriptive in nature, this study involved 100 students of Universitas Pendidikan Indonesia aged 18-24 years old. The research findings revealed that culinary video content effectively increased cultural awareness and increased interest in traditional Indonesian cuisine among Generation Z, demonstrating a deep understanding of the importance of preserving traditional food as part of cultural identity. Interactive media played an important role in attracting participants to explore and enjoy the archipelago's cuisine. The development of Nusantara culinary content in digital media proved to be an appropriate effort to introduce Nusantara culinary more widely in the midst of globalization and help maintain its sustainability. This research also highlights the important role of technology in introducing the archipelago's culinary richness to the younger generation, as well as supporting the preservation of traditional culinary culture in the digital era.

Keywords : *Video Content, Generation Z, Social Media, Interest, Content Creator*

PENDAHULUAN

Internet, sebagai jaringan komunikasi global telah mengubah cara manusia dan organisasi berinteraksi serta mengakses informasi secara real-time. Penelitian mengakui internet sebagai salah satu kreasi baru paling penting dalam sejarah, mempercepat arus informasi dan mendukung partisipasi sosial, pendidikan, serta ekonomi digital. Di Indonesia, pengguna internet pada 2023 mencapai 215,63 juta orang, dengan pengguna media sosial aktif naik menjadi 167 juta orang. Pengguna internet rata-rata menghabiskan waktu 8 jam 36 menit per hari, dengan 3 jam 17 menit di media sosial. *Whatsapp* dan *Instagram* menjadi *platform* yang paling populer. Perkembangan ini memfasilitasi pemasaran melalui *electronic word of mouth (e-WOM)*, Internet, sebagai jaringan

komunikasi global, telah mengubah cara manusia dan organisasi berinteraksi serta mengakses informasi secara langsung. Penelitian mengakui internet sebagai salah satu kreasi baru paling penting dalam sejarah, mempercepat arus informasi dan mendukung keterlibatan sosial, pendidikan, serta ekonomi digital.

Globalisasi membawa revolusi terhadap semua generasi. Baik itu Generasi Baby Boomers, Generasi X, Generasi Y, maupun Generasi Z. Generasi Z lahir pada akhir 1990-an hingga pertengahan 2010-an, mereka tumbuh dan dengan mudah beradaptasi dengan media sosial di tengah arus globalisasi yang semakin pesat. Generasi Z disebut sebagai generasi internet karena Generasi Z tumbuh bersama teknologi, internet, dan media sosial di sekelilingnya sehingga sering kali mendapatkan prasangka sebagai penggila dan fanatik terhadap teknologi, anti-sosial, dan pejuang keadilan sosial (Insider, 2019). Generasi Z sangat terhubung dengan dunia melalui teknologi digital, yang memungkinkan mereka untuk terlibat dengan berbagai budaya dari berbagai belahan dunia. Dengan menggunakan media interaktif, Generasi Z dapat bekerja di sektor teknologi, kreatif, dan *start up*.

Internet berhasil mengubah cara manusia dalam mengakses dan menikmati dunia kuliner. Mulai dari akses informasi yang memudahkan kita untuk mengetahui berbagai resep makanan, teknik memasak, dan ilmu pengetahuan kuliner dari seluruh dunia. Internet memfasilitasi terbentuknya komunitas kuliner yang dengan mudahnya orang bisa berbagi resep, tips, dan pengalaman mereka, sehingga menciptakan hubungan yang positif dan saling mendukung dalam mendukung keberlanjutan dunia kuliner Nusantara.

Paparan teknologi sejak dini memberikan kemudahan untuk memperoleh informasi merupakan kemajuan dari adanya globalisasi. Kita hidup dalam era globalisasi dan dimudahkan untuk mengakses internet melalui ponsel, kita telah menjadi generasi yang telah bergantung pada Internet. Surat kabar dan media berita di YouTube merupakan cara yang umum untuk mengumpulkan informasi. Mayoritas Generasi Z percaya bahwa media sosial dapat digunakan sebagai pendukung produk daripada pendidik. Responden sepakat bahwa harus ada perubahan di dalam sistem akademik dan media sosial dengan cara yang lebih inovatif.

Internet membawa peluang kerja yang luas bagi orang-orang yang mencari pekerjaan, salah satunya adalah *food vlogger*. *Food vlogger* merupakan seseorang yang membuat konten video mengenai makanan dan kuliner, yang kemudian akan di unggah di media interaktif seperti YouTube, Instagram, Facebook, Twitter, dan Tiktok. Dengan beragam ide yang kreatif, mereka bisa membuat konten dengan cakupan yang beragam, seperti konten resep memasak, ulasan suatu restoran, *mukbang*, dan eksplorasi makanan lokal di seluruh Nusantara. *Food vlogger* berperan penting dalam globalisasi, terutama dalam menyebarkan budaya kuliner lintas negara. Diversitas dan inklusi sebagai sisi positif dari penggunaan internet dapat memperkenalkan masakan dari berbagai daerah dan budaya, meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap diversitas kuliner di seluruh dunia.

Tidak hanya itu, *food vlogger* marketing juga sudah terbukti menjadi strategi yang efektif di dalam pemasaran media sosial, dengan para *food vlogger* yang memiliki kredibilitas dan pengikut yang banyak. Konten yang dibuat memiliki nilai informatif yang memengaruhi niat beli pengguna media sosial, sementara nilai hiburan juga dapat memengaruhi niat beli tergantung karakteristik *food vlogger* dan konten yang disampaikan. Salah satu bentuk konten yang dibuat dan disampaikan oleh *food vlogger* adalah konten makanan. Mengingat industri makanan sendiri merupakan salah satu industri yang menjanjikan, karena makanan merupakan bagian dari kebutuhan dasar manusia.

Food vlogger tidak hanya merekam pengalaman makan, tetapi juga menjadi penghubung budaya kuliner melalui *platform digital*. Konten mereka memungkinkan orang dari berbagai belahan dunia mengenal masakan tradisional, mempopulerkan *fusion food*, dan memperkenalkan tren kuliner baru. Namun disamping itu, internet menghadirkan tantangan seperti masalah privasi, keamanan data, dan disinformasi, sehingga regulasi dan literasi digital menjadi semakin penting. Internet juga tidak dapat terlepas dari dampak globalisasi yang dapat menyebabkan standarisasi budaya, di mana keaslian makanan tradisional bisa terkikis.

Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi yang terbawa arus oleh globalisasi membawa dampak positif dan negatif terhadap keberlangsungan pola hidup Generasi

Z, khususnya dalam pola dan minat konsumsi makanan Nusantara. Minat diartikan sebagai tendensi psikologis yang menyukai suatu objek dan memperhatikan suatu aktivitas secara konsisten dengan perasaan senang (Djamarah, 2002). Generasi Z memiliki pola konsumsi dan minat yang unik terhadap masakan Nusantara. Mereka seringkali memiliki preferensi makanan yang lebih beragam dari generasi sebelumnya. Dengan kata lain, mereka sering mencoba makanan baru yang belum pernah dicoba sebelumnya.

Pola konsumsi Generasi Z juga ditentukan oleh dampak media sosial yang memberikan inspirasi kuliner, terkadang dengan hanya video dan foto makanan yang menarik secara visual berhasil membuat Generasi Z terpengaruh dalam pemilihan masakan Nusantara. Disamping itu, Generasi Z memiliki tingkat kesadaran akan kesehatan dan keberlanjutan yang mendorong orang-orang dalam dunia kuliner memenuhi permintaan tersebut, dengan mengutamakan makanan tradisional yang mengedepankan bahan-bahan alami, sehat dan ramah lingkungan, serta makanan organik dan nabati.

Perkembangan teknologi membawa keuntungan bagi kuliner Nusantara, dalam bentuk konten video kuliner di berbagai media interaktif yang membuat Generasi Z dapat mengenali dan mengidentifikasi betapa beragam dan unik kekhasan kuliner Nusantara. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian dari *GoodStats* yang melaporkan bahwa sekitar 71,4% anak muda lebih memilih makanan tradisional sebagai favorit mereka. Mereka menganggap penting untuk menjaga warisan kuliner yang telah diwariskan oleh leluhur.

Meskipun konten video kuliner di media sosial dapat meningkatkan minat terhadap masakan tradisional, terdapat risiko bahwa tren makanan yang lebih populer, seperti makanan cepat saji, *junk food*, *fast food*, dan minuman kekinian, dapat mengalihkan perhatian generasi muda dari kuliner lokal. Menurut Bella (2022) hal ini disebabkan oleh fakta bahwa *video blog* makanan dapat berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan restoran, melalui penelitiannya dari jurnal-jurnal internasional. *Video blog* bisa mempromosikan suatu restoran karena dengan adanya tampilan visual yang menarik, ulasan dan rasa yang autentik, dan pengalaman pengunjung yang dapat dipercaya oleh banyak orang. *Video blog* ini kemudian akan di unggah ke platform populer yang nantinya dapat meningkatkan potensi viralitas yang tinggi, sehingga membuat promosi restoran lebih dinamis dan efektif. Selain itu, penelitian di Chennai, India pun menyimpulkan bahwa konten *vlogger* dapat menarik perhatian penonton karena tiga hal : bahasa tubuh *vlogger*, makanan yang unik, hingga aspek teknis seperti *thumbnail* di *web blog* di layar.

Hadirnya konten video kuliner Nusantara di berbagai media interaktif memiliki peran yang penting dalam mengenalkan kuliner nusantara kepada Generasi Z yang biasanya lebih condong pada kuliner mancanegara. Dengan adanya konten video kuliner, memungkinkan Generasi Z memunculkan minat dari dalam diri mereka untuk melestarikan kuliner nusantara, salah satunya bisa dengan melakukan kegiatan kuliner dengan dating langsung ke tempat pembuatan makanan lokal terkait.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penulis ingin meneliti apakah pengembangan konten video kuliner Nusantara secara kreatif dapat mengkampanyekan kesadaran generasi Z dalam pengetahuan kuliner Nusantara. Dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pola konsumsi informasi kuliner oleh generasi Z serta bagaimana *eksposur* terhadap konten kuliner dapat mempengaruhi preferensi dan minat mereka terhadap kuliner nusantara.

METODE

Penelitian menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk memahami pengaruh konten video kuliner Nusantara di media interaktif terhadap minat mahasiswa Generasi Z. Partisipan penelitian berjumlah 100 mahasiswa dari Universitas Pendidikan Indonesia berusia antara 18 hingga 24 tahun, yang dipilih secara *purposive sampling*. Mereka dipilih berdasarkan keterlibatan aktif dalam penggunaan media interaktif dan ketertarikan awal terhadap konten video kuliner. Dalam penelitian ini, yaitu, Pengaruh Konten Video Kuliner di Media Interaktif Terhadap Minat Mahasiswa Generasi Z pada Makanan Nusantara yang berguna untuk menjelaskan bagaimana konten video kuliner nusantara dapat berpengaruh terhadap minat

mahasiswa Generasi Z kuliner Nusantara serta pengaruhnya terhadap kesadaran pengetahuan kuliner Nusantara mahasiswa Generasi Z.

Metode penelitian ini juga melibatkan pendekatan triangulasi data untuk memperkuat validitas temuan. Triangulasi data dilakukan dengan menggabungkan berbagai sumber data dan metode analisis, termasuk wawancara, observasi lapangan, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan dengan format semi-terstruktur untuk memperoleh pandangan dan pengalaman partisipan terkait konten kuliner Nusantara. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap partisipan saat mereka mengakses dan berinteraksi dengan media interaktif juga dilakukan untuk memahami pola penggunaan serta respon yang ditimbulkan oleh konten tersebut. Analisis dokumen sebagai sumber informasi tambahan mencakup, artikel, laporan, dan materi lain yang berkaitan dengan konten video kuliner Nusantara dan minat mahasiswa terhadap kuliner tradisional. Dalam proses analisis, penulis juga mengidentifikasi hubungan antara frekuensi eksposur terhadap konten video kuliner dan tingkat minat serta pengetahuan kuliner Nusantara.

Selanjutnya, hasil analisis ini diinterpretasikan untuk menjawab pertanyaan penelitian utama, yaitu sejauh mana konten video kuliner di media interaktif berpengaruh terhadap minat dan kesadaran kuliner Nusantara mahasiswa Generasi Z dan untuk memahami hubungan antara eksposur video kuliner dan perubahan minat terhadap kuliner Nusantara. Dengan demikian, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi para pengembang konten video kuliner dalam menciptakan materi yang lebih menarik dan edukatif, sehingga dapat menarik minat generasi muda untuk lebih mengenal dan mencintai kuliner tradisional Indonesia. Dalam jangka panjang, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pelestarian dan pengembangan kuliner Nusantara.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengkampanyekan kesadaran minat mahasiswa Generasi Z terhadap kuliner Nusantara. Berdasarkan karakteristik responden dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa dari 100 responden mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia pada rentang umur 18-24 tahun cenderung menonton video konten kuliner Nusantara pada media interaktif. Dari total 100 responden yang di survei, mayoritas menunjukkan preferensi yang jelas terhadap konten video kuliner Nusantara. Konten video kuliner Nusantara di media interaktif memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan minat Generasi Z terhadap kuliner Nusantara. Generasi Z, yang sangat akrab dengan teknologi digital, menjadikan media interaktif sebagai salah satu sumber utama dalam mengenal, memahami, dan mengeksplorasi berbagai aspek kehidupan, termasuk makanan tradisional Indonesia.

Konten video kuliner Nusantara berhasil memperkenalkan makanan khas Nusantara sehingga memicu rasa ingin tahu dan ketertarikan Generasi Z untuk lebih mendalami ragam kuliner Nusantara. Dengan penyajian yang kreatif, seperti visualisasi proses memasak, penjelasan tentang bahan-bahan lokal, hingga kisah budaya di balik setiap hidangan, video-video tersebut berhasil mengemas kuliner tradisional Indonesia dengan cara yang segar dan modern. Bagi Generasi Z yang sering mengidentikkan diri dengan gaya hidup global, media interaktif membantu membangkitkan rasa bangga terhadap kekayaan budaya mereka sendiri, termasuk dalam bidang kuliner.

Hal ini mengindikasikan bahwa minat terhadap kuliner lokal semakin meningkat, terutama di kalangan mahasiswa Generasi Z. Mereka cenderung mencari cara baru untuk mengeksplorasi dan memahami kekayaan kuliner Indonesia. Konten video dapat dikatakan sebagai media yang sangat efektif untuk mencapai tujuan tersebut.

Faktor lain yang berkontribusi pada preferensi ini adalah pengaruh media sosial. Banyak mahasiswa yang terpengaruh oleh rekomendasi dari *influencer* atau teman sebaya mereka. Ketika seorang *influencer* menunjukkan antusiasme terhadap kuliner Nusantara melalui video, hal ini cenderung menciptakan *buzz* di kalangan pengikutnya, mendorong mereka untuk menjelajahi dan mencoba hidangan yang sama. Selain itu, *influencer* sering dianggap lebih autentik dan relevan dibandingkan iklan biasa yang berhasil membuat Generasi Z percaya pada rekomendasi mereka.

Dengan kata lain, *influencer* berada di garis depan tren kuliner nusantara, yang mampu memberikan minat dan menarik perhatian Generasi Z.

Berdasarkan hasil penelitian penulis dan Jurnal Artikel terpercaya juga dapat diketahui bahwa konten video kuliner masakan Nusantara di media interaktif berhasil menarik minat mahasiswa, mengkampanyekan kesadaran budaya kuliner pada Generasi Z, sekaligus berperan dalam melestarikan dan memperkenalkan keanekaragaman kuliner Indonesia kepada generasi yang lebih muda. Sebagian besar partisipan yang telah di wawancarai telah menunjukkan kesadaran yang tinggi akan pentingnya melestarikan makanan tradisional. Mereka menyadari bahwa makanan Nusantara merupakan bagian integrasi dari identitas budaya dan warisan leluhur. Jika budaya dan makanan tradisional luntur, maka akan muncul berbagai aspek yang dapat menyebabkan hilangnya identitas budaya dan sejarah suatu bangsa. Selain itu, hilangnya makanan Nusantara dapat menghilangkan mata pencaharian masyarakat lokal yang menggantungkan hidupnya pada industri makanan tradisional, yang tentu akan mengganggu keseimbangan ekonomi lokal. Menjaga makanan tradisional agar tetap berkelanjutan memerlukan kerja sama dari masyarakat, pemerintah, dan individu.

Media interaktif benar-benar membantu membawa warisan kuliner Indonesia ke tingkat yang lebih luas dan mendalam. Media interaktif yang terus berkembang pesat seiring dengan globalisasi berhasil membawa pengaruh yang besar terhadap minat partisipan pada makanan Nusantara. Dengan mendokumentasikan dan berbagi informasi tentang kuliner nusantara mampu melestarikan warisan kuliner Nusantara pada generasi mendatang. Upaya pengembangan konten video kuliner Nusantara merupakan langkah yang tepat dalam mengkampanyekan kesadaran mahasiswa Generasi Z dalam memilih konsumsi makanan Nusantara di era globalisasi saat ini. Upaya ini penting dilestarikan guna untuk memperkenalkan masakan Nusantara secara global dan mengurangi risiko punahnya warisan kuliner.

Pembahasan

Konten video kuliner Nusantara mulai berkembang di Indonesia ketika seluruh dunia mengalami globalisasi. Dengan pengguna internet di Indonesia telah mencapai 204 juta orang, hal itu membuktikan bahwa 70% orang Indonesia telah menggunakan internet (Nuriyanti et al. 2022). Hal tersebut memberikan kesempatan terhadap adanya konten video kuliner nusantara untuk meningkatkan minat masyarakat Indonesia terhadap warisan budaya kita yaitu kuliner nusantara. Masyarakat Indonesia dapat mengetahui berbagai macam kuliner nusantara yang kemudian akan dikembangkan menjadi ide baru untuk membuat konten video yang akan membawa keuntungan bagi masyarakat serta kuliner nusantara itu sendiri. Konten video kuliner nusantara juga meningkatkan minat Generasi Z terhadap keunikan serta berbagai macam rasa dari kuliner nusantara yang dimiliki oleh Indonesia.

Jika wawasan nusantara pada awalnya diberikan hanya di dalam bentuk pendidikan formal, dengan sosial media wawasan nusantara khususnya kuliner nusantara dapat disajikan dalam bentuk konten video yang menarik, sehingga generasi muda tertarik dan sadar akan pentingnya mengetahui tentang kuliner nusantara. Konten video yang dibuat juga harus sesuai dengan minat generasi muda khususnya Generasi Z. Penyampaian tentang kuliner nusantara melalui media platform sosial media yang dikemas dengan desain dan hal yang sedang populer di kalangan Generasi Z. Jadi hal yang disampaikan tidak membuat jenuh sehingga bisa membuat Generasi Z tertarik mencari tau lebih jauh mengenai kuliner nusantara melalui media sosial yang interaktif.

Kekayaan budaya Indonesia tersebar di 17.508 pulau Indonesia, dan berbagai faktor geografis, iklim, dan historis mempengaruhi budaya makanan nusantara. Hal tersebut yang kemudian dimanfaatkan konten kreator atau *food vlogger* dalam mengembangkan konten video mereka dalam mempromosikan berbagai macam kuliner nusantara Indonesia. Perkembangan konten video kuliner nusantara tentunya dilakukan secara bertahap. Pada awalnya, konten kreator akan membangun ketertarikan audiens pada video mereka menggunakan rasa penasaran audiens, kemudian mereka akan menjelaskan kuliner nusantara yang akan mereka makan, dan terakhir mereka akan merekomendasikan kuliner tersebut kepada audiens.

Pendekatan konten video dengan cara seperti ini tentu saja dapat menarik minat audiens, yang dimana kita ketahui, Generasi Z merupakan pengguna internet terbanyak di dunia akan

menjadi audiens dari konten kreator atau *food vlogger* yang mempromosikan kuliner nusantara tersebut. Selain menarik minat Generasi Z dengan cara menggunakan rasa penasaran mereka, konten kreator juga seringkali menggunakan cara-cara lainnya seperti konten memasak kuliner nusantara atau melakukan *mukbang* ala konten kreator atau *food vlogger* korea.

Sebagai masyarakat Indonesia tentu saja kita tidak dapat memungkiri bahwa konten video mengenai kuliner tidak dapat dihentikan. Itu sebabnya kita harus mampu untuk menggunakan perkembangan video kuliner untuk menyebarkan hasil positif dari dibuatnya konten video kuliner Nusantara. Dikarenakan arus globalisasi, konten-konten video dari mancanegara pun dapat masuk dan mempengaruhi minat masyarakat terhadap preferensi kuliner mereka, terutama Mahasiswa Generasi Z. Di platform media sosial Instagram, konten yang menampilkan makanan sangat beragam, termasuk review makanan, foto-foto kuliner, hingga resep masakan. Instagram telah berkembang menjadi media sosial yang juga berfungsi sebagai etalase sosial, baik untuk produk maupun identitas pribadi. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh Forbes India pada tahun 2017, kebiasaan memotret dan membagikan gambar makanan telah menjadi tren baru seiring kemajuan teknologi smartphone dan media sosial (Banarjee, 2017). Maka dari itu konten kreator dalam negeri memiliki peran penting untuk terus berinovasi dalam membuat konten video yang menarik untuk menyaingi konten video luar.

Ketertarikan Mahasiswa Generasi Z terhadap konten video kuliner Nusantara juga bukan tanpa sebab. Kecintaan terhadap kuliner Nusantara telah dibangun sejak usia dini dapat membuat Mahasiswa Generasi Z lebih memilih untuk mendukung konten video kuliner nusantara dibandingkan konten video kuliner luar negeri. Dengan penanaman kecintaan melalui ranah keluarga seperti seorang Ibu yang akan memasak kuliner lokal Indonesia sejak anaknya berusia dini. Anak Usia Dini yang berada dalam rentang usia 0-6 tahun, dikenal sebagai "*Golden Age*" atau Masa Keemasan. Pada periode ini, anak sangat membutuhkan stimulasi yang baik untuk mendukung perkembangan berbagai aspeknya. Dengan mengenalkan makanan tradisional, anak-anak dapat mulai mengenali keunikan kuliner dari daerah tempat mereka tinggal. Ini juga membantu menumbuhkan kecintaan terhadap adat dan budaya sejak usia dini melalui pengalaman mencicipi makanan lokal yang mungkin sudah pernah mereka coba sebelumnya. Makanan tradisional yang tersebar luas di Indonesia sering menjadi ciri khas jajanan, memperkaya pengalaman mereka akan keanekaragaman budaya yang ada. Salah satu hal yang penting adalah memperkenalkan makanan tradisional kepada anak-anak pada usia ini. Serta pengenalan tentang kuliner Nusantara sebagai warisan budaya yang dilakukan sekolah dasar hingga sekolah menengah atas sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan minat masyarakatnya terhadap budaya-budaya Indonesia membuat preferensi dan pandangan Mahasiswa Generasi Z terhadap konten video nusantara lebih condong kearah hal yang positif.

Selain itu, kemampuan dari konten kreator Indonesia dalam membuat konten video kreatif dalam mempromosikan kuliner Nusantara juga mempengaruhi dengan menambah minat Mahasiswa Generasi Z terhadap konten video kuliner Nusantara. Keterlibatan emosi dari video yang menampilkan cerita baik budaya dan tradisi maupun filosofi di balik makanan nusantara dapat menciptakan keterhubungan emosional. Generasi Z lebih tertarik pada makanan yang memiliki latar belakang dan kaya akan makna, sehingga keterlibatan emosional disini berhasil untuk memperkuat minat mereka terhadap konten video kuliner nusantara yang menampilkan cerita budaya dan tradisi.

Peran konten kreator seperti Nex Carlos yang berperan aktif dalam mempromosikan kuliner-kuliner Nusantara. Dengan konten kreator yang membantu makanan Nusantara untuk tak kalah mengglobalisasi dinilai efektif untuk meningkatkan minat Mahasiswa Generasi Z terhadap kuliner Nusantara (Effendy et al. 2021). Mahasiswa juga secara tidak langsung akan ikut mempromosikan kuliner nusantara akibat konten kreator yang mereka tonton sehingga kebanyakan Mahasiswa Generasi Z lebih memilih untuk menonton konten video kuliner Nusantara yang memberikan lebih banyak manfaat kepada negara Indonesia dan pengetahuan dari Mahasiswa itu sendiri.

SIMPULAN

Mahasiswa Generasi Z cenderung meminati konten video kuliner Nusantara yang dibuat semenarik mungkin. Hal ini membuktikan bahwa konten video kuliner Nusantara berhasil mengkampanyekan betapa pentingnya kesadaran pengetahuan atas kuliner Nusantara. Pengembangan konten video kuliner Nusantara secara kreatif seperti menggunakan tantangan memasak atau resep singkat dapat membuat mahasiswa Generasi Z lebih tertarik serta ingin mencoba berbagai kuliner Nusantara. Pengetahuan yang kemudian akan dimiliki oleh mahasiswa Generasi Z juga secara tidak langsung memberikan kesempatan bagi kuliner Nusantara untuk diwariskan secara turun-temurun melalui konten video kuliner Nusantara. Dengan sinergi yang baik, warisan kuliner Nusantara dapat terus dijaga dan dinikmati oleh generasi-generasi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, R., dkk. 2021. Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos sebagai Media Promosi Kuliner Lokal). Malang : Universitas Merdeka Malang.
- Hawa, B. C. N. 2022. Persepsi *Viewers* Terhadap *Vlog* Makanan Asia. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.
- Haryana, N. R., dkk. 2023. *Generation Z Lifestyle in Aspect of Eating Behavior, Stress, Sleep Quality and Its Relation to Nutritional Status: Literature Review*. Serang : Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- Hapsari, Z.H. 2019. Pengaruh *Review Food Blogger Javafoodie* Terhadap Minat Berperilaku Konsumen Kuliner di Yogyakarta. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Nuriyanti, W., dkk. (2022). Strategi *Social Media Engagement* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Pada Rumah Makan Cinla di Cililitan Jakarta Timur. Jakarta : Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan.
- Pratiwi, Ilma. (2021). Estetika Gastronomi Nusantara Dalam Media Digital. Surabaya : Jurnal Budaya Nusantara.
- Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. (2024). Nusantara dan Adat Istiadat. Surabaya : Jurnal Budaya Nusantara.
- Waluyo, M. N., Suhendar, E., & Suprpto, H. A. (2021). Rancang Ulang Proses Bisnis Dengan Metode *Business Process Reengineering* Pada TLS Cargo. *CSRID (Computer Science Research and Its Development Journal)*, 12(3), 161-169.
- Wuragil, Zacharias. (2023). Dari Boomers hingga Generasi Z, Berapa Lama Orang Indonesia Internet-an?. Jakarta : Tempo Media
- Yumna, A.B., Fadiati, A., & Cahya, C. (2023). Minat Kuliner Nusantara Pada Generasi Z (Studi Tentang Hubungan Keterpaan Informasi pada Konten *Food Vlogger Youtube* dengan Minat Kuliner Nusantara pada Generasi Z). Demak : Jurnal Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan.