

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa food photography bukan sekadar alat promosi tambahan, melainkan elemen strategis yang tak terpisahkan dalam pemasaran digital The Riz Cafe.

- 1) Pertama, food photography memainkan peran vital sebagai "penjual diam" di platform online. Melalui visual yang menarik, The Riz Cafe berhasil membangun citra merek yang kuat dan mengomunikasikan kualitas produknya secara instan kepada konsumen, bahkan sebelum mereka mencicipi hidangan. Ini menjadikannya fondasi utama dalam strategi pemasaran digital kafe.
- 2) Kedua, efektivitas *food photography* terletak pada faktor-faktor visual yang spesifik dan terencana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen seperti komposisi yang rapi, pencahayaan yang hangat, dan food styling yang menonjolkan tekstur (misalnya, mie yang kenyal atau topping yang melimpah) adalah kunci untuk membuat foto menu ramen terlihat lebih menggugah selera.
- 3) Ketiga, visual makanan terbukti secara signifikan meningkatkan minat konsumen terhadap menu Ramen *Series*. Penelitian ini mengonfirmasi bahwa foto yang dirancang secara profesional dapat memicu *respons* emosional dan kognitif pada konsumen, mengubah persepsi mereka terhadap kualitas dan rasa, serta pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk membeli, bahkan dari jarak jauh melalui platform daring.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan tersebut, The Riz Café disarankan untuk konsisten dalam mengoptimalkan kualitas food photography dengan memperhatikan pencahayaan, sudut pengambilan gambar, dan kreativitas konten visual. Plating makanan perlu dijaga agar selalu rapi dan estetik, sehingga tidak hanya menggugah selera tetapi juga memperkuat citra premium produk. Selain itu, suasana kafe yang nyaman dapat ditampilkan dalam foto promosi untuk menambah nilai pengalaman visual bagi konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan memperluas objek penelitian pada lebih banyak kafe atau restoran, serta menambahkan metode observasi interaksi konsumen di media sosial agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh food photography terhadap perilaku konsumen.