

[ISSN 2597- 6052](#)

MPPKI

Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia

The Indonesian Journal of Health Promotion

Research Articles

Open Access

Studi Fenomenologi Perilaku Konsumsi Makanan dan Minuman Cepat Saji Khas Korea pada Milenial Kota Kendari

Phenomenological Study of Consumption Behavior of Korean Fast Food and Beverages in Millennials of Kendari City

Jumartin Gerung^{1*}, Wa Ode Nova Noviyanti², Leniarti Ali³^{1,2,3}Prodi S1 Kesehatan Masyarakat, Fakultas Ilmu-ilmu Kesehatan Universitas Mandala Waluya*Korespondensi Penulis : jumartin.gerung@gmail.com

Abstrak

Latar Belakang: Budaya Korea berkembang pesat dan meluas secara global dalam dua dekade terakhir. Keberadaannya cenderung diterima publik dari berbagai kalangan sehingga menghasilkan suatu fenomena “Korean Wave” atau disebut juga Hallyu. Perkembangan teknologi informasi yang masif adalah faktor utama. Milenial adalah konsumen terbesar makanan maupun minuman cepat saji khas Korea. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran perilaku konsumsi makanan cepat saji khas Korea pada milenial di Kota Kendari.

Metode: Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, yakni penelitian yang menghasilkan data deskriptif melalui wawancara mendalam (indepth interview) dengan informan. Adapun desain penelitiannya yakni etnografi di mana desain ini merupakan desain penelitian kualitatif yang diaplikasikan untuk mengungkapkan kesamaan makna yang menjadi esensi dari suatu konsep atau fenomena yang secara sadar dan individual dialami oleh sekelompok individu dalam hidupnya.

Hasil: Dari penelitian yang dilakukan diperoleh gambaran mengenai perilaku konsumsi makanan/minuman khas Korea. Informan yang mengungkapkan bahwa trend konsumsi makanan/minuman Korea ini dipengaruhi oleh keinginan untuk mencoba sesuatu yang sedang viral sebanyak 87,5 %. Hal ini diperkuat dengan hasil yang didapatkan dari informan bahwa film sangat mempengaruhi perilaku konsumsi makanan/minuman Korea yakni sebanyak 87,5 %, adapun pengaruh fashion dan musik masing-masing 6,2 %. Terkait dengan perilaku kesehatan terlihat bahwa milenial memahami bahwa perilaku konsumsi makanan cepat saji ini kurang baik bagi kesehatan. Dengan persentase dari total informan sebanyak 93,8 %. Dari informan juga didapatkan bahwa 93,3 % mengungkapkan bahwa mereka jarang mengonsumsi makanan/minuman khas Korea.

Kesimpulan: Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa aspek budaya, film, fashion dan musik memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi makanan dan minuman cepat saji khas Korea di Kota Kendari.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi; Cepat Saji; Korea; Milenial; Kota Kendari

Abstract

Introduction: Korean culture has grown rapidly and expanded globally in the last two decades. Its existence tends to be accepted by the public from various circles, resulting in a phenomenon of "Korean Wave" or also called Hallyu. The massive development of information technology due to globalization is the main factor. Millennials are the biggest consumers of Korean fast food and drinks. This study aims to an overview of Korean fast food consumption behavior among millennials in the city of Kendari.

Methods: This research is a qualitative research, namely research that produces descriptive data through in-depth interviews with informants. The research design is ethnography where this design is a qualitative research design that is applied to reveal the similarity of meaning which is the essence of a concept or phenomenon that is consciously and individually experienced by a group of individuals in their lives.

Results: From the research conducted, it was obtained related to the consumption behavior of Korean food/drinks. The informant who revealed that the trend of Korean food/drink consumption was influenced by the desire to try something that was viral as much as 87.5%. 5%, as for the influence of fashion and music respectively 6.2%. Related to health behavior, it appears that millennials understand that fast food consumption behavior is not good for health. With a percentage of the total informants as much as 93.8%. From the informants it was also found that 93.3% revealed that they rarely consume Korean food/drinks.

Conclusions: From this research, it can be concluded that aspects of culture, film, fashion and music have an influence on the consumption behavior of Korean fast food and beverages in Kendari City.

Keywords: Consumption Behavior; Fast Food; Korean; Millennial; Kendari City

PENDAHULUAN

Budaya Korea berkembang pesat dan meluas secara cepat di seluruh dunia. Kondisi tersebut menghasilkan satu fenomena. Fenomena ini juga dapat dijumpai di Indonesia yang dikenal dengan Korean wave.

Penyebab besarnya antusiasme masyarakat khususnya milenial di Indonesia sangat identik dengan dunia hiburan seperti musik, drama, dan *variety shows* yang dikemas dengan menyajikan budaya-budaya Korea (1). Milenial di Kota Kendari pun turut dalam fenomena ini. Media digital dengan arus informasi yang cepat menjadi salah-satu faktor pendorongnya. Seiring berjalannya waktu, budaya Korea banyak diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari termasuk makanan dan minuman (2).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumsi makanan dan minuman Korea pada milenial di Kota Kendari.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan, tulisan dan perilaku orang – orang yang diamati dari suatu individu kelompok, masyarakat atau organisasi dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang utuh, komprehensif dan holistik (3).

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi yang mengupas masalah yang sedang terjadi dan menjadi fenomena di tengah-tengah masyarakat (4). Penelitian ini memusatkan diri secara intensif pada satu obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Kendari pada bulan mei hingga agustus 2021. Data studi kasus diperoleh dari milenial yang berdomisili di Kota Kendari dan bersedia di wawancara. Informan dalam penelitian ini adalah Milenial yang berjumlah 16 orang dan 1 orang ahli gizi.

Untuk memperoleh data dilakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada para informan. Hasil wawancara selanjutnya diklasifikasikan dalam taksonomi lalu dideskripsikan untuk menggambarkan fenomena perilaku informan.

HASIL

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil terkait pengetahuan Milenial mengenai makanan/minuman khas Korea, faktor ketertarikan untuk mengkonsumsinya serta pengaruh budaya, film, fashion dan musik dalam perilaku konsumsi makanan dan minuman Korea pada Milenial di Kota Kendari sebagaimana yang nampak pada diagram berikut ini:



Diagram 1. Pengetahuan Mengenai Makanan/minuman Korea

Dari diagram di atas menunjukkan bahwa Milenial yang tahu mengenai makanan/minuman Korea sebanyak 56 % dan 44 menyatakan tidak tahu

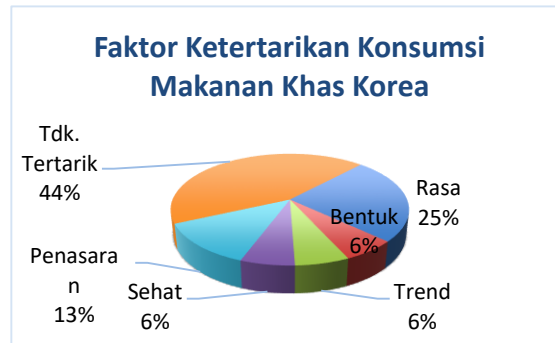
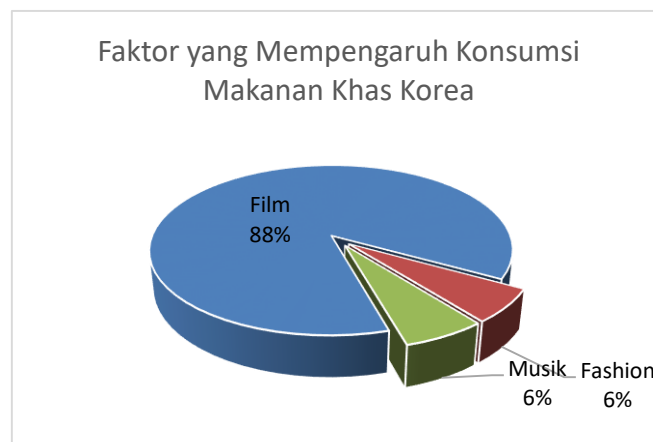


Diagram 2. Faktor Kteterarikan Konsumsi

Dari diagram di atas terlihat bahwa faktor ketertarikan karena rasa makanan/minum sebanyak 25 %, karena penasaran 13 %, 6 % karena pengaruh trend dan 6 % karena faktor kesehatan.



Tabel 1

Makanan Korea	Responden																jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
Jjangmyeon				1													1
Kimbab			1										1				2
Bibimbab													1				1
Kimchi	1	1	1								1	1	1	1			7
Ramyeon										1		1	1	1		1	4
Rabokki												1					1
Bulgogi													1	1			2
Mie Samyang					1								1	1			3
Tteokbokki			1	1	1						1			1		1	6
Tidak Tahu						1	1	1	1	1						1	6

PEMBAHASAN

Terdapat beberapa faktor yang berdampak pada perilaku manusia. Salah satunya adalah faktor eksogen atau faktor dari luar individu (5). Di antaranya yakni Faktor lingkungan dan kebudayaan. Lingkungan di sini menyangkut segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik fisik, biologis maupun sosial. Sedangkan kebudayaan merupakan ekspresi jiwa terwujud dalam cara-cara hidup dan berpikir, pergaulan hidup, seni kesusastraan, agama, rekreasi dan hiburan.

Dalam penelitian ini terlihat bahwa lingkungan dan budaya(6) adalah dua hal yang sangat mempengaruhi milenial di Kota Kendari dalam mengkonsumsi berbagai jenis makanan dan minuman Khas Korea. Hal ini terlihat dari wawancara mengenai apa yang membuat milenial tertarik untuk mengkonsumsi makanan/minuman khas Korea ini. Beberapa hasil wawancara mengungkapkan alasan mereka antara lain:

“Karena enak...”

“adanya akses budaya Korea melalui film, musik, atau fashion sangat mempengaruhi perilaku konsumsi makanan/minuman korea....”

“Ikut trend, lagi viral, ingin mencoba juga..”

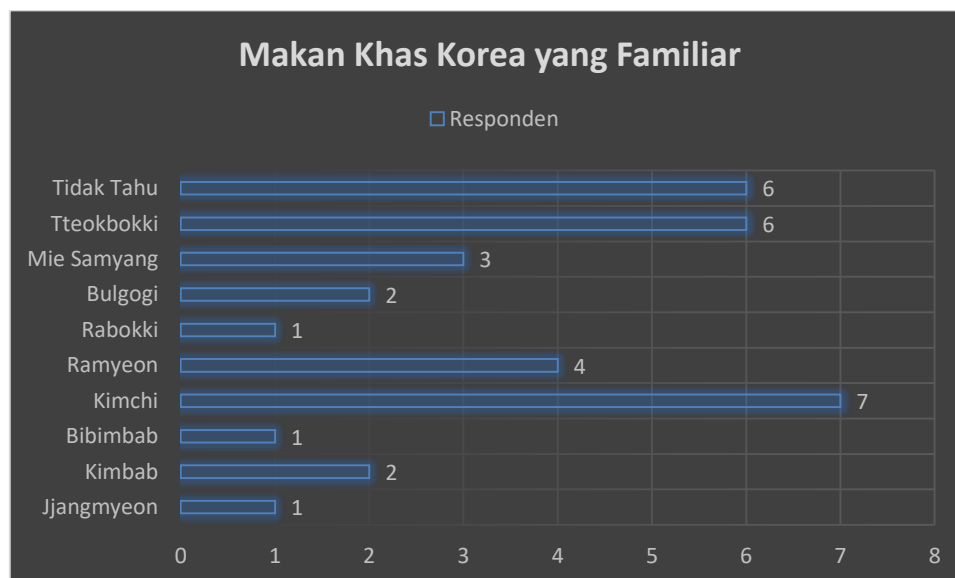
“Lihat di film...”

Berbicara mengenai Determinan Perilaku Kesehatan tidak akan lepas dari tiga faktor utama yang mendukung terbentuknya perilaku konsumsi makanan dan minuman Korea pada milenial yakni, faktor predisposisi (*predisposing factors*), faktor pemungkin (*enabling factors*) dan faktor penguat (*reinforcing factors*)(7).

Faktor-faktor predisposisi merupakan faktor yang mempermudah terjadinya suatu perilaku. Yang termasuk faktor predisposisi yaitu pengetahuan, sikap, keyakinan, kepercayaan, nilai-nilai, tradisi, dan lain-lain.

Usia muda membuat para Milenial sangat fanatik dengan apa yang mereka gemari. Termasuk dalam hal ini adalah apa yang disaksikan di film, fashion ataupun musik (8). Hal ini dipengaruhi juga dengan adanya faktor pemungkin (*enabling factors*) berupa sarana dan prasarana untuk berlangsungnya suatu perilaku.

Khusus di Kota Kendari, terdapat beberapa gerai makanan cepat saji khas Korea, juga restoran sebagaimana yang diungkapkan informan. Adapun jenis makanan yang disajikan seperti pada tabel berikut:



KESIMPULAN

Dari penelitian ini kami dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi makanan cepat saji khas Korea pada Milenial di Kota Kendari dipengaruhi oleh faktor film, fashion, musik, dan budaya.

SARAN

Rekomendasi saran untuk itu, penting untuk melakukan edukasi terkait pola konsumsi makanan sehat kepada Milenial.

DAFTAR PUSTAKA

1. Hasanah U-, Rencidiptya TA. DAYA TARIK MENJAMURNYA RESTORAN KOREA DI YOGYAKARTA. *J Sosiol Reflektif*. 2020;14(2).
2. Kim DY, Ahn A, Lee H, Choi J, Lim H. Dietary patterns independent of fast food are associated with obesity among Korean adults: Korea National Health and Nutrition Examination Survey 2010–2014. *Nutrients*. 2019;11(11).
3. Gerung J, Kasih RU. STUDI ETNOGRAFI PERSEPSI KAUM PRIA DI WILAYAH PESISIR KEC.ABELI KOTA KENDARI MENGENAI KB PRIA/VASEKTOMI. (*Jurnal Ilm Mhs Kesehat*

- Masyarakat). 2020;5(4).
4. Usop TB. Kajian Literatur Metodologi Penelitian Fenomenologi dan Etnografi. Researchgate. 2016;1(1).
 5. Lazim OK. Faktor Eksogen Perilaku. J Tunas Bangsa. 2013;185–97.
 6. Husaini, Rahman F, Marlinae L, Rahayu A. Antropologi sosial kesehatan. Antropol Sos Kesehat. 2017;
 7. Soekidjo Notoadmodjo. PENDIDIKAN DAN PERILAKU KESEHATAN. JAKARTA: PT Rineka Cipta (2012). Metodol Penelit Kesehat. 2012;
 8. Rachman WONN, Syafar M, Amiruddin R, Rahmadania WO, Gerung J. The family roles to prevention of drug abuse in adolescents. Malaysian J Med Heal Sci. 2020;16:137–41.