

PENGARUH *KOREAN WAVE* DAN MAKANAN KOREA TERHADAP MINAT MAKAN HIDANGAN KOREA PADA MASYARAKAT KOTA MADIUN

¹Elen Surya Lupitasari, ²Luthfiah Nurlaela, ³Suhartiningsih, ⁴Mauren Gita Miranti

^{1,2,3,4}Pendidikan Tata Boga, Universitas Negeri Surabaya

ABSTRAK

Maraknya kemunculan makanan Korea di Kota Madiun dapat dipengaruhi oleh *Korean Wave*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh *Korean Wave* terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun, (2) pengaruh makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun, (3) pengaruh *Korean Wave* dan makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen pengumpulan data menggunakan kuisioner yang disebar melalui *Google Form* kepada 204 sampel di Kota Madiun yang dilakukan pada tanggal 13 hingga 23 April. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah masyarakat berdomisili Kota Madiun dengan usia 16-30 tahun, mengetahui/menikmati hal-hal tentang Korea, dan pernah makan/mencoba makanan Korea setidaknya sekali. Kuisioner diuji validitasnya dengan nilai r tabel 0,138. Instrumen yang telah divalidasi memiliki nilai r hitung rata-rata sebesar 0,664. Sedangkan untuk nilai reliabilitasnya rata-rata sebesar 0,879 dinyatakan reliabel karena lebih besar dari nilai α 0,60. Selanjutnya data hasil kuisioner diolah menggunakan IBM SPSS 24 untuk diketahui pengaruhnya menggunakan analisis regresi ganda dengan uji parsial dan uji simultan. Hasil penelitian menggunakan uji parsial menunjukkan bahwa *Korean Wave* berpengaruh terhadap minat makan hidangan Korea dengan nilai sebesar 6,503 dan makanan Korea berpengaruh terhadap minat makan hidangan Korea dengan nilai sebesar 5,901. Hasil penelitian dengan uji simultan menunjukkan *Korean Wave* dan makanan Korea berpengaruh secara signifikan terhadap minat makan hidangan Korea dengan nilai sebesar 96,959.

Keyword:

Korean Wave, makanan Korea, *korean food*, minat makan

Corresponding author:

elen.18011@mhs.unesa.ac.id

PENDAHULUAN

Globalisasi diserap dari bahasa Inggris "*globalization*" berarti proses pembauran dan pertukaran pandangan dunia, produk, dan aspek budaya lainnya antar negara[1]. Adanya globalisasi menciptakan keadaan yang beraneka

ragam di suatu tempat, dimana banyak masuk aspek kebudayaan dari wilayah lain yang mampu memengaruhi kondisi kebudayaan setempat yang sudah ada. Kondisi kebudayaan yang dimaksud bisa berupa adat istiadat, pola pikir, sumber daya alam, hingga produk makanan dan minuman.

Adanya globalisasi ini menyebabkan berbagai budaya dari belahan dunia yang ada di dunia masuk ke Indonesia, sehingga kebudayaan asli Indonesia yang sudah beraneka ragam menjadi lebih variatif lagi dengan kedatangan kebudayaan lain dari berbagai negara. Sebagai contoh yaitu kedatangan kebudayaan Korea Selatan yang biasa disebut *Hallyu*. *Hallyu* (한류) yang dalam bahasa Inggris berarti *Korean Wave* atau gelombang Korea merupakan tersebarnya berbagai kebudayaan populer Korea seperti *fashion*, kecantikan, makanan, hiburan, dan kebudayaan tradisional dan mampu memberikan pengaruhnya terhadap negara-negara lain [2]. *Korean Wave* atau *Hallyu* memiliki pengaruh yang sangat besar di berbagai negara dan menjadi tren di kalangan masyarakat, khususnya remaja [3].

Popularitas *Korean Wave* di Indonesia semakin tinggi semenjak mudahnya akses untuk menikmati berbagai hiburan Korea melalui berbagai gawai [4]. Hiburan Korea yang sering dinikmati oleh masyarakat adalah drama seri dan musik (*K-Pop*). Dua hal tersebut merupakan pengaruh terbesar persebaran *Korean Wave* di Indonesia sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk mencari tahu berbagai hal tentang Korea, tidak terkecuali hidangannya[5].

Hidangan Korea sering ditemui di berbagai tontonan Korea seperti drama, *variety show*, *reality show*, dll. Hidangan Korea yang ada di dalam acara-acara tersebut selalu mampu menarik perhatian penonton sehingga ingin mencari tahu nama hidangan tersebut[6]. Hidangan yang ditampilkan pun selalu beragam. Dengan penataan meja yang rapi, warna hidangan yang mencolok, serta suara hidangan tersebut saat dimasak membuat penonton ingin mencobanya[7].

Makanan Korea mulai dikenal lebih luas oleh masyarakat di abad ke-21. Korea mengenalkan hidangan tradisional mereka sebagai strategi peningkatan ekonomi. Selain makanan Barat yang mendunia, seperti industri *fast food*, makanan Korea mulai dikenal masyarakat sebagai makanan sehat karena cara penyajiannya[8].

Cara penyajian dari makanan Korea memiliki beberapa karakteristik dengan mempertimbangkan aspek keindahan, nutrisi, dan kesehatan[9]. Berikut karakteristik hidangan Korea:

1. Penggunaan biji-bijian sebagai bahan pokok makanan masyarakat Korea.
2. Perkembangan makanan fermentasi seperti kecap asin, acar, dan ikan asin. Makanan ini biasa dijadikan sebagai bumbu atau lauk pendamping. Pasta kedelai diciptakan karena pada saat itu kebutuhan protein penting dari hewani belum bisa tercukupi, sedangkan untuk mendapatkan gizi seimbang memerlukan protein. *Kimchi* merupakan hidangan yang dikembangkan pada saat musim dingin dimana sayuran segar tidak dapat diperoleh. Saat ini, berbagai manfaat kesehatan dari kimchi mulai ditemukan oleh para ahli dan hidangan ini mulai diterima oleh masyarakat mancanegara.
3. Berbagai jenis macam sayuran digunakan dalam hidangan Korea, seperti sayuran liar ataupun perkebunan. Sayuran yang ditanam di daerah pegunungan ataupun ladang kaya akan vitamin dan mineral seperti serat dan antioksidan.
4. Penggunaan kaldu atau sup yang berfungsi untuk membantu sistem pencernaan mengolah makanan dengan lebih baik dengan cara melarutkan makanan tersebut.
5. Masyarakat Korea sadar akan pentingnya makan untuk kesehatan, sehingga berbagai macam bahan rempah seperti madu, kayu manis, ginseng, jahe, jujube, omija, dan gugija digunakan sebagai bahan makanan aromatik.
6. Masyarakat Korea berpendapat bahwa sarapan adalah pola makan paling penting dalam pola makan 3 kali sehari. Porsi sarapan masyarakat Korea cenderung besar karena untuk membantu kinerja tubuh.
7. Hidangan Korea cenderung memiliki rasa yang kompleks dari berbagai bumbu dan rempah daripada rasa asli dari bahan pokok hidangan tersebut.
8. Hidangan Korea kaya akan warna dalam satu hidangannya. Putih, hitam, biru, merah kuning, adalah warna yang digunakan baik ke dalam makanan pokok, lauk pendamping, sup, ataupun lauk utama.

Maraknya produk makanan dan restoran Korea ini tidak hanya ada di kota besar di Indonesia, melainkan mulai memasuki kota kecil. Sebagai contoh di Kota Madiun. Di Kota Madiun mulai banyak bermunculan penjual *street food* Korea hingga *set menu*. Momen kepopuleran budaya Korea yang sudah masuk ke masyarakat

ini digunakan oleh para pelaku bisnis dan penjual UMKM sebagai peluang bisnis yang menguntungkan, dimana masyarakatnya menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk-produk *Korean Wave*, termasuk produk makanan.

Di Kota Madiun sudah banyak menjamur restoran dan penjual makanan Korea. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan pada tanggal 12 April 2022 di wilayah Kota Madiun, setidaknya terdapat 10 gerai penjual hidangan Korea, baik berupa camilan maupun makanan berat. Di Kecamatan Taman, Kota Madiun terdapat 7 gerai makanan Korea yang terdiri dari *street food* dan restoran. Terdapat tiga (3) gerai lainnya berada di wilayah Kecamatan Manguharjo [10].

Selain itu, pengamatan lainnya yang dilakukan peneliti di tanggal yang sama untuk mengetahui sebaran produk-produk makanan Korea yang dijual di beberapa *supermarket* ataupun toko khusus profuk *frozen food* di Kota Madiun. Dari hasil pengamatan ditemukan ada 24 produk makanan dan minuman impor Korea Selatan yang dijual. Produk-produk makanan didominasi oleh produk mi instan dengan jumlah 13 varian yang dijual. Sedangkan untuk produk minuman terdapat 3 varian, produk *tteokbokki* instan 3 varian, 3 varian saus masakan Korea, dan 1 varian rumput laut kering[10].

Dari pengamatan yang telah dilakukan peneliti, dapat disimpulkan bahwa maraknya kemunculan gerai makanan Korea di Kota Madiun dan banyaknya jumlah makanan impor Korea di *supermarket* di Kota Madiun menunjukkan bahwa masyarakat Kota Madiun memiliki minat yang tinggi dengan produk-produk makanan Korea. Kota Madiun dilihat sebagai pasar yang menjanapabilan untuk penjualan produk-produk makanan Korea karena masyarakatnya tertarik untuk membeli dan mencoba produk-produk tersebut.

Minat memiliki arti keinginan yang didorong oleh sesuatu yang telah dilihat, diamati, dibandingkan, dan dipertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya[11]. Minat juga didefinisikan sebagai suatu keadaan mental yang mengarahkan respon terhadap suatu situasi dan obyek tertentu yang memberikan kesenangan dan kepuasan (*satisfiers*). Pengertian ini menyatakan bahwa minat memiliki fungsi motorik yang mengarahkan seseorang untuk melakukan aktivitas dengan cara tertentu.

Terdapat tiga jenis faktor yang mempengaruhi minat seseorang [12]:

1. Faktor kemauan dari dalam (*internal*), adalah faktor yang berhubungan dengan motivasi, pertahanan diri dari rasa lapar, takut, sakit, dsb. Apabila individu tersebut lapar maka akan timbul dorongan untuk makan.
2. Faktor kemauan dari luar (*eksternal*), merupakan faktor yang menimbulkan keinginan dari luar demi memenuhi kebutuhan sosial, sebagai contoh kebutuhan untuk mengikuti tren *Korean Wave* agar tidak dibilang ketinggalan zaman.
3. Faktor emosional. Faktor-faktor ini dapat menimbulkan keinginan individu terhadap sesuatu, apabila menghasilkan emosi atau perasaan senang dan mampu memperkuat keinginan yang sudah ada. Contohnya seseorang yang memiliki ketertarikan terhadap budaya Korea Selatan akan memiliki keinginan lebih untuk mempelajari berbagai aspek budayanya.

Dari penjelasan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa minat bersifat individual yang berkembang sejak masa kanak-kanak dan dipengaruhi oleh individu itu sendiri ataupun lingkungan masyarakat. Definisi tersebut secara langsung menjelaskan bahwa minat muncul karena adanya persepsi, motivasi, imitasi dan pengambilan keputusan. Persepsi didefinisikan sebagai proses individu memilih, mengatur, dan mengartikan berbagai informasi yang masuk untuk menciptakan suatu pandangan[13]. Persepsi dalam hal ini ditujukan pada pandangan masyarakat terhadap produk makanan yang ingin dicoba. Motivasi didefinisikan sebagai kemauan yang muncul dari dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu secara sadar[14]. Motivasi di sini mengarah pada keinginan masyarakat untuk mencoba produk makanan Korea. Imitasi didefinisikan sebagai kegiatan meniru seseorang atau sekelompok orang yang memiliki kedudukan penting, berharga, atau terkenal bagi penirunya. Imitasi didorong oleh perasaan kagum dan merupakan bentuk penghargaan terhadap sesuatu yang ditiru. Dalam hal ini, hal yang ditiru adalah cara makan orang Korea. Oleh karena itu pengambilan keputusan dalam hal ini mengarah pada keputusan yang diambil masyarakat setelah mencoba makanan Korea. Keputusan tersebut berupa tindakan akhir yang diambil setelah mencoba hidangan Korea yaitu apakah mereka ingin membeli produk tersebut secara berulang, ingin membuat makanan Korea dengan mencari

resep sendiri, ataupun mereka hanya ingin mencobanya sekali dan sekedar tahu.

Minat yang muncul dalam konteks pembahasan ini adalah minat makan hidangan Korea. Makan sendiri dapat didefinisikan sebagai bentuk kegiatan konsumsi yang dapat dinikmati [15]. Kegiatan makan tidak hanya sebagai bentuk pertahanan diri terhadap rasa lapar dan kebutuhan hidup, namun juga dapat diartikan sebagai identitas budaya suatu kelompok ataupun individu [16].

Minat makan hidangan Korea yang muncul dipengaruhi oleh adanya *hallyu* atau *Korean Wave*. *Hallyu* memiliki peran besar terhadap penyebaran produk-produk Korea di Indonesia [17], menjamurnya restoran Korea di kota kecil maupun kota besar di Indonesia [18], serta imitasi gaya hidup pada remaja Indonesia [19].

Secara global, hidangan korea bisa dikategorikan 'sangat populer' dari empat indikator popularitas (sangat populer, cukup populer, populer di kalangan penggemar, hanya sedikit yang mengkonsumsinya). Pernyataan tersebut dibuktikan oleh survei yang dilakukan oleh Nina Jobst pada tahun 2021 secara daring dan melibatkan beberapa negara seperti Tiongkok, Jepang, Taiwan, Thailand, Indonesia, Malaysia, India, Australia, Vietnam, Amerika Serikat, Brazil, Argentina, Perancis, Inggris, Rusia, Turki, Uni Emirat Arab, dan Afrika Selatan [20]. Dengan melibatkan 8.500 responden, data tersebut menunjukkan bahwa 31,9% hidangan Korea Selatan sangat populer di negara mereka. 25,6% menyatakan hidangan Korea Selatan cukup populer, 26,2% hidangan Korea Selatan populer di kalangan penggemarnya, serta 16,4% responden hanya pernah mencicipi hidangan Korea Selatan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hardiyanti menunjukkan bahwa drama Korea dan *K-Pop* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pembelian *street food* Korea Selatan pada Generasi Z [21]. Penelitian lain yang dilakukan oleh Pramintasari menyatakan bahwa *hallyu* membawa kebudayaan-kebudayaan Korea masuk ke Indonesia, salah satunya dalam bentuk makanan yang sering ada dalam tayangan drama dan film Korea. Penelitian ini dilakukan kepada mahasiswa Bahasa Korea Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada (SV UGM). Makanan yang menjadi bahan penelitian ini adalah *tteokpokki* (kue beras dengan saus pedas). Rasa *tteokpokki* yang asin, manis dan pedas diminati oleh mahasiswa Bahasa Korea SV UGM. Serta

makanan Korea juga dinilai sehat karena selalu terdapat sayuran dalam setiap penyajian makanannya sebagai *banchan* atau lauk pendamping [22]. Adapun penelitian terkait pengaruh pelaksanaan gastrodiplomasi Korea Selatan kepada Indonesia oleh Margaretha, dengan hasil 56% responden setuju makanan Korea memiliki rasa yang enak, 52% responden berpendapat makanan Korea dapat membuat mereka tertarik dan menggugah selera makan, 37% responden setuju mengeluarkan uangnya untuk membeli makanan Korea, dan 45% responden sangat menyukai makanan Korea yang ada di Indonesia [23].

Keberadaan hidangan Korea di pasaran diminati oleh berbagai kalangan usia, khususnya dengan rentang 16 hingga 30 tahun. Dimana usia tersebut merupakan generasi Y dan Z yang selalu *update* berita terkini dan tertarik dengan hal-hal baru. Dengan demikian masyarakat dengan rentang usia tersebut tidak hanya sekedar ingin mencoba makanan Korea tetapi juga mampu menciptakan lahan bisnis baru atau berkreasi dengan hidangan Korea.

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh: (1) *Korean Wave* terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun, (2) makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun, dan (3) *Korean Wave* dan makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei dengan instrumen pengumpulan data berupa kuisisioner yang disebar secara daring (*online*) melalui *Google Form*. Kuisisioner digunakan untuk menghimpun data dari responden yang ditetapkan sebagai sampel [24]. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang sebelumnya sudah ditentukan oleh peneliti [25]. Kriteria dalam penelitian ini adalah berusia 16-30 tahun, tinggal di kawasan Kota Madiun (Kota dan Kabupaten Madiun) dan sudah pernah membeli atau mengkonsumsi makanan Korea, setidaknya sekali. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 204 sampel dengan rumus Jacob Cohen.

$$N = \frac{t}{f^2} + u + 1$$

Keterangan:

N : ukuran sampel
 f2 : effect size
 u : banyaknya ubahan yang terkait dalam penelitian
 t : Fungsi power dari u, diperoleh dari tabel, t.s 1%
 Power (p): 0,95 dan effect size (F) = 0,1
 Harga L tabel dengan t.s 1% power 0,95; u = 5
 N = $19,76/0,1 + 5 + 1 = 203,6 \approx 204$

Indikator Variabel

Indikator untuk variabel *Korean Wave* (X₁) adalah mengenal tentang *Korean Wave*, penyebaran informasi tentang *Korean Wave*, tertarik dengan *Korean Wave*, menyukai produk dari *Korean Wave*, dan *Korean Wave* memiliki pengaruh dalam kehidupan sehari-hari [26]. Sedangkan indikator variabel makanan Korea (X₂) adalah produk makanan Korea yang ingin dicoba, ketertarikan terhadap produk makanan Korea, faktor pertimbangan untuk mencoba makanan Korea yang meliputi; rasa, harga, tampilan, porsi, dan bahan yang digunakan serta keaslian produk makanan Korea (autentik) [27]. Indikator variabel minat makan (Y) adalah motivasi, persepsi, imitasi, dan pengambilan keputusan [28].

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya tiap butir pertanyaan kuisioner dari tiap variabel yang diteliti. Uji validitas dalam penelitian ini diolah menggunakan IBM SPSS 24. Terdapat 16 butir pertanyaan untuk variabel *Korean Wave*, 12 butir pertanyaan untuk variabel hidangan Korea, dan 10 butir pertanyaan dari variabel minat makan.

Tabel 1. Hasil uji validitas butir pertanyaan kuisioner

Variabel	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
Korean Wave (X ₁)	X _{1.1}	0,617	0,138	Valid
	X _{1.2}	0,559	0,138	Valid
	X _{1.3}	0,591	0,138	Valid
	X _{1.4}	0,677	0,138	Valid
	X _{1.5}	0,343	0,138	Valid
	X _{1.6}	0,609	0,138	Valid
	X _{1.7}	0,749	0,138	Valid
	X _{1.8}	0,822	0,138	Valid
	X _{1.9}	0,811	0,138	Valid
	X _{1.10}	0,775	0,138	Valid
	X _{1.11}	0,805	0,138	Valid
	X _{1.12}	0,717	0,138	Valid

Variabel	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
Makanan Korea (X ₂)	X _{1.13}	0,626	0,138	Valid
	X _{1.14}	0,524	0,138	Valid
	X _{1.15}	0,494	0,138	Valid
	X _{1.16}	0,619	0,138	Valid
	X _{2.1}	0,675	0,138	Valid
	X _{2.2}	0,732	0,138	Valid
	X _{2.3}	0,761	0,138	Valid
	X _{2.4}	0,771	0,138	Valid
	X _{2.5}	0,835	0,138	Valid
	X _{2.6}	0,82	0,138	Valid
	X _{2.7}	0,869	0,138	Valid
	X _{2.8}	0,708	0,138	Valid
Minat Makan (Y)	X _{2.9}	0,747	0,138	Valid
	X _{2.10}	0,676	0,138	Valid
	X _{2.11}	0,623	0,138	Valid
	X _{2.12}	0,316	0,138	Valid
	Y.1	0,677	0,138	Valid
	Y.2	0,578	0,138	Valid
	Y.3	0,727	0,138	Valid
	Y.4	0,632	0,138	Valid
	Y.5	0,773	0,138	Valid
	Y.6	0,761	0,138	Valid
Y.7	0,755	0,138	Valid	
Y.8	0,756	0,138	Valid	
Y.9	0,789	0,138	Valid	
Y.10	-0,071	0,138	Tidak Valid	

Sumber: data data olahan SPSS 24, 2022

Pada Tabel 1 tampak data hasil uji validitas, kuisioner yang terdiri dari 38 butir pertanyaan dan diisi oleh 204 responden. Nilai r_{hitung} untuk jumlah sampel (N) 204 adalah 0,138 dengan tingkat kesalahan 5% atau 0,05. Dengan kesimpulan apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ adalah valid, sedangkan bila $r_{hitung} < r_{tabel}$ adalah tidak valid. Dari hasil perhitungan uji validitas di tabel tersebut menunjukkan bahwa dari 38 butir pertanyaan terdapat satu pertanyaan tidak valid di variabel Y (minat makan) yaitu Y_{1.10} karena memiliki nilai negatif, yaitu -0,071. Dimana nilai tersebut memiliki arti lebih kecil dari nilai r_{tabel} 0,138.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N (items)	Status
Korean wave	0,905	16	Reliabel

Hidangan Korea	0,902	12	Reliabel
Minat makan	0,832	10	Reliabel

Sumber: data data olahan SPSS 24, 2022

Uji reliabilitas dalam penelitian dilakukan untuk mengukur konsistensi butir pertanyaan dalam kuisisioner penelitian variabel X_1 dan X_2 terhadap Y . Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas yaitu apabila nilai $\alpha > 0,60$ maka data tersebut dapat dinyatakan reliabel. Apabila nilai $\alpha < 0,60$ maka data tersebut dikatakan tidak reliabel[29].

Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi ganda. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui karakteristik masyarakat Kota Madiun berupa jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan status. Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen, maka digunakan analisis regresi ganda. Analisis terkait variabel *Korean Wave* berupa pengetahuan masyarakat tentang *Korean Wave*, penyebaran informasi, ketertarikan terhadap *Korean Wave*, menyukai produk *Korean Wave*. Analisis terkait variabel hidangan Korea ditinjau dengan indikator produk makanan Korea yang ingin dicoba, ketertarikan terhadap makanan Korea tersebut, faktor yang dipertimbangkan, dan keaslian atau otensitas produk makanan Korea. Analisis terkait variabel dependen yaitu minat makan hidangan Korea dijelaskan ke dalam faktor-faktor yang membuat masyarakat tertarik untuk mencoba hidangan Korea yang ditinjau dari sisi psikologis seperti motivasi, persepsi, imitasi, dan pengambilan keputusan.

Teknik yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah untuk karakteristik responden adalah analisis korelasi ganda dengan uji parsial dan uji simultan. Analisis korelasi parsial digunakan untuk membuktikan hipotesis antara variabel X_1 dan Y serta X_2 dan Y . Sedangkan analisis korelasi simultan untuk membuktikan hipotesis antara variabel X_1 dan X_2 dengan Y [30].

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian sampel menggunakan kuisisioner mendapatkan 204 responden dengan kriteria mengetahui tentang *Korean Wave*, pernah makan makanan Korea setidaknya sekali, serta rentang usia 16-30 tahun. Dari kuisisioner yang telah disebar terdapat profil responden yang

meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, domisili, dan status pekerjaan.

Karakteristik Responden

Tabel 3. Persebaran Karakteristik Responden

Deskripsi	Profil	f	f%	Persentase Kumulatif
Jenis Kelamin	Perempuan	129	63,2	63,2
	Laki-laki	75	36,8	100,0
	Total	204	100,0	
Domisili	Kota Madiun	136	66,7	66,7
	Kab Madiun	68	33,3	100,0
	Total	204	100,0	
Usia	16-18 th	9	4,4	4,4
	19-22 th	81	39,7	44,1
	23-26 th	99	48,5	92,6
	27-30 th	15	7,4	100,0
	Total	204	100,0	
Pendidikan terakhir	SMP	2	1,0	1,0
	SMA	80	39,2	40,2
	D3	31	15,2	55,4
	D4/S1	84	41,2	96,6
	S2	7	3,4	100,0
	Total	204	100,0	
Status	Pelajar	12	5,9	5,9
	Mahasiswa	126	61,8	67,6
	Bekerja	56	27,5	95,1
	Tidak bekerja	10	4,9	100,0
	Total	204	100,0	

Sumber: data data olahan SPSS 24, 2022

Mayoritas responden merupakan perempuan dengan persentase 63,2% atau 129 responden. Domisili responden paling banyak dari Kota Madiun yaitu sebesar 66,7% atau 136 responden. Responden terbanyak berada di usia 23-26 tahun, yaitu sebesar 48,5% atau 99 responden. Mayoritas responden merupakan lulusan D4/S1 dengan jumlah 41,2% atau 84 responden. Sedangkan status responden didominasi oleh mahasiswa dengan jumlah 61,8% atau 126 responden.

Pengaruh *Korean Wave* terhadap Minat Makan Hidangan Korea dan Pengaruh Makanan Korea terhadap Minat Makan Hidangan Korea

Analisis regresi ganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini didasarkan pada hubungan sebab akibat antar variabel. Untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka tidak ada pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen [30].

Dasar untuk menentukan besarnya pengaruh antar variabel yaitu dengan menggunakan $N=204$ dan nilai sig. 0,05 maka besaran t tabel yang diperoleh adalah 1,971837.

Tabel 4. Hasil uji regresi X_1 terhadap Y dan X_2 terhadap Y

Coefficients ^a					
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	6,510	1,621		4,015	0,000
X_1	0,231	0,036	0,410	6,503	0,000
X_2	0,301	0,051	0,372	5,901	0,000

Sumber: data olahan SPSS 24, 2022

Berdasarkan Tabel 5., hasil dari constant (a) sebesar 6,510 sedangkan nilai dari *Korean Wave* adalah 0,231. Hasil tersebut dapat diartikan bahwa nilai koefisien regresi dari variabel X_1 adalah 0,231, setiap penambahan 1% nilai *Korean Wave*. Maka nilai partisipasi bertambah besar dan koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga kesimpulannya adalah variabel X_1 (*Korean Wave*) memiliki pengaruh positif terhadap Y (minat makan).

Sedangkan untuk nilai dari makanan Korea adalah 0,301. Hasil tersebut memiliki arti bahwa nilai koefisien regresi dari variabel X_2 adalah 0,301 dimana setiap penambahan 1% nilai makanan Korea maka nilai partisipasi bertambah besar dan koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga kesimpulannya variabel X_2 (makanan Korea) berpengaruh positif terhadap Y (minat makan).

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 sampai dengan 1. Apabila $R = 0$ maka tidak ada korelasi antara variabel

independen dengan variabel dependen. Sebaliknya apabila $R = 1$ maka terdapat korelasi yang sempurna antara variabel independen dengan variabel dependen.

Tabel 5. R dan R square X_1 dan X_2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.701 ^a	0,491	0,486	3,972

Sumber: data data olahan SPSS 24, 2022

Dari Tabel 6. dapat dilihat bahwa hasil nilai R sebagai koefisien korelasi adalah 0,701 sedangkan diketahui R square sebagai koefisien determinasi sebesar 0,491. Hasil tersebut menunjukkan besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Dapat dijelaskan bahwa variabel independen (*Korean Wave* dan makanan Korea) memiliki pengaruh sebesar 49,1%. Sedangkan 50,9% lainnya didapat dari variabel yang belum diteliti dalam penelitian ini.

Fungsi dari uji T dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y. Dasar pengambilan keputusan untuk hasil uji T adalah variabel independen dikatakan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Sebaliknya apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai t_{tabel} yang dikehendaki dengan $N=204$ adalah 1,971837.

Berdasarkan hasil dari tabel 5, perhitungan uji T diketahui variabel *Korean Wave* memiliki nilai t_{hitung} 6,503. Dimana nilai t hitung tersebut lebih besar dari 1,971837 dan nilai signifikansi 0,000 yaitu kurang dari 0,05. Sehingga kesimpulannya adalah variabel *Korean Wave* memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel minat makan.

Untuk hasil perhitungan uji parsial variabel makanan Korea memiliki nilai t hitung sebesar 5,901 dimana nilai tersebut lebih besar dari 1,971837 dan nilai signifikansi 0,00 yaitu kurang dari 0,05. Kesimpulannya adalah variabel makanan Korea memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel minat makan.

Pengaruh *Korean Wave* dan Makanan Korea terhadap Minat Makan Hidangan Korea

Uji simultan dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel independen terhadap satu variabel dependen. Fungsi dari uji simultan untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan (bersama) dari variabel *Korean Wave* dan makanan Korea terhadap minat makan.

Dasar pengambilan keputusan dari nilai F_{hitung} dibandingkan dengan nilai F_{tabel} . Variabel independen dikatakan memiliki pengaruh secara parsial terhadap variabel dependen apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Sebaliknya apabila nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka variabel independen dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai F_{tabel} yang dikehendaki dengan dua variabel independen adalah 3,040603.

Tabel 6. Hasil Uji F Variabel X_1 dan X_2 terhadap Y

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3059,129	2	1529,565	96,959	.000 ^b
	Residual	3170,851	20	15,775		
	Total	6229,980	22			

a. Variabel dependen: Minat Makan

b. Predictors: (Constant), Makanan Korea, Korean Wave

Sumber: data olahan SPSS, 2022

Didapat dari hasil uji simultan tabel di atas diketahui nilai dari kedua variabel independen (X_1 dan X_2) sebesar 96,959. Dibandingkan dengan nilai F tabel 3,040603 maka nilai F hitung lebih besar daripada F tabel. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *Korean Wave* dan makanan Korea memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat makan hidangan Korea.

Pembahasan

Berdasarkan hasil dari pengujian yang telah dilakukan terhadap variabel *Korean Wave* dengan variabel minat makan menyatakan bahwa *Korean Wave* berpengaruh secara signifikan terhadap minat makan karena bernilai t_{hitung} sebesar 6,503 > 1,971837. Hal ini sesuai dengan penelitian Hardiyanti [21] yang menyatakan bahwa fanatisme drama Korea dan *K-Pop* memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *street food* Korea Selatan. Drama Korea dan *K-Pop* merupakan produk-produk dari budaya *Korean Wave* dan masuk ke dalam indikator variabel X_1 .

Hasil dari uji T yang sudah didapatkan dengan variabel makanan Korea dengan variabel minat makan mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar 5,901 > 1,971837. Sehingga kedua nilai tersebut dinyatakan berpengaruh. Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Noretta [27] yang menyatakan bahwa faktor-faktor pertimbangan untuk mencoba makanan Korea seperti rasa, harga, porsi, tampilan, dan bahan yang digunakan memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian makanan Korea di Kota Malang. Indikator tersebut sesuai dengan faktor yang dipertimbangkan masyarakat untuk mencoba makanan Korea.

Hasil dari uji F yang dilakukan pada variabel *Korean Wave* dan makanan Korea terhadap minat makan hidangan Korea memiliki nilai F hitung sebesar 96,959 > 3,040603. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Korean Wave* dan makanan Korea memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat makan hidangan Korea. Hasil ini sesuai dengan penelitian Noretta [27] bahwa minat untuk mencoba makanan Korea muncul dari empat indikator yaitu motivasi, persepsi, imitasi, dan pengambilan keputusan. Penelitian tersebut memiliki hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian makanan Korea adalah kebudayaan dan produk makanan Korea seperti rasa, harga, porsi, tampilan, dan label halal dan berpengaruh terhadap hal-hal yang menggerakkan konsumen untuk membeli makanan Korea, pandangan konsumen apabila membeli makanan Korea, kelompok acuan (selebriti) yang ditiru oleh konsumen, serta bagaimana konsumen mengambil keputusan akhir untuk membeli makanan Korea.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, disimpulkan bahwa variabel *Korean Wave* berpengaruh secara parsial terhadap minat makan hidangan Korea daripada variabel makanan Korea dengan nilai t hitung sebesar 6,503. Dan makanan Korea memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat makanan hidangan Korea dengan nilai t hitung sebesar 5,901.

Berdasarkan hasil analisa data dapat disimpulkan *Korean Wave* dan makanan Korea berpengaruh secara simultan terhadap minat makan hidangan Korea pada masyarakat Kota Madiun. Hal ini dibuktikan dengan nilai F variabel X_1 dan X_2 sebesar 96,959 yang lebih besar dari nilai F tabel yaitu 3,040603.

SARAN

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk terus mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi minat makan hidangan Korea pada masyarakat di daerah-daerah lain.

REFERENSI

- [1] M. Bajgier-Kowalska, M. Tracz, dan K. Walach, "Role of the Hallyu Wave in the Development of Cultural Tourism in South Korea," *Pr. Kom. Geogr. Przem. Pol. Tow. Geogr. Ind. Geogr. Comm. POLISH Geogr. Soc.*, 2017.
- [2] K. A. Putri, A. Amirudin, dan M. H. Purnomo, "Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z," *Nusa J. Ilmu Bhs. dan Sastra*, 2019, doi: 10.14710/nusa.14.1.125-135.
- [3] J. Oktaviani dan T. P. Pramadya, "Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan," *Insign. J. Int. Relations*, 2021.
- [4] G. K. H. Adi, *Korean Wave (Studi Tentang Pengaruh Budaya Korea Pada Penggemar K-Pop di Semarang)*. 2019. [Daring]. Tersedia pada: <http://eprints.undip.ac.id/81034/>
- [5] J. Lie, "What is the K in K-pop? South Korean popular music, the culture industry, and National Identity," *Korea Obs.*, 2012.
- [6] J. S. Jeong, S. H. Lee, dan S. G. Lee, "When Indonesians routinely consume Korean pop culture: Revisiting Jakartan fans of the Korean drama Dae Jang Geum," *Int. J. Commun.*, 2017.
- [7] B.-K. Shin *et al.*, "The Impact of Korean Wave Cultural Contents on the Purchase of Han-Sik (Korean food) and Korean Product - Based on the Survey of Asia (Japan, China), Americas and Europe -," *J. Korean Soc. Food Cult.*, vol. 29, no. 3, hal. 250–258, 2014, doi: 10.7318/kjfc/2014.29.3.250.
- [8] M. A. Genady dan C. Michellita, "Persepsi Generasi Z Terhadap Pengaruh Media Sosial dalam Intensi Pembelian Makanan Vegetarian ala Korea Pada Bisnis Rice Bowl In.yo," *J. Food Culin.*, vol. 4, no. 1, hal. 38, 2021, doi: 10.12928/jfc.v4i1.4128.
- [9] G. S. Yoon, "한국음식특징 (Korean Food Features)," *Woosuk University Food Science and Technology*, 2019. <https://jbfood.go.kr/juhtml/food/foodmu/main.html?depth02=000000020000&fpmode=view&plcode=000800020001> (diakses 8 Mei 2022).
- [10] E. Surya, "Data Gerai dan Produk Impor Makanan Korea di Kota Madiun," Madiun, 2022.
- [11] G. Tricahyo, "Keefektifan Penggunaan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Team Assisted Individualization (TAI) dalam Meningkatkan Minat Belajar Siswa dalam Pembelajaran PKM Kelas XI Mesin di SMK PIRI Sleman," *Uny*, 2012.
- [12] R. Su, "The three faces of interests: An integrative review of interest research in vocational, organizational, and educational psychology," *J. Vocat. Behav.*, 2020, doi: 10.1016/j.jvb.2018.10.016.
- [13] S. N. Indrawani, L. Mailani, dan N. Nilawati, "Intensi Berhenti Merokok: Peran Sikap Terhadap Peringatan Pada Bungkus Rokok Dan Perceived Behavioral Control," *Psikologia J. Pemikir. dan Penelit. Psikologia*, vol. 9, no. 2, hal. 65–73, 2014.
- [14] T. Andjarwati, "Motivasi dari Sudut Pandang Teori Hirarki Kebutuhan Maslow," *J. Ilmu Ekon. Manaj.*, 2015.
- [15] A. Beardsworth dan T. Keil, "Sociological Perspectives on Food and Eating," in *Sociology on the Menu*, 2020. doi: 10.4324/9780203428719-10.
- [16] L. Yates dan A. Warde, "Eating together and eating alone: meal arrangements in British households," *Br. J. Sociol.*, 2017, doi: 10.1111/1468-4446.12231.
- [17] A. Tamara dan A. Suyanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Membentuk Perubahan Minat Konsumen Dari Makanan Tradisional Menjadi Makanan Korea Di Indonesia," *J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, hal. 291–300, 2019.
- [18] U.- Hasanah dan T. A. Rencidiptya, "DAYA TARIK MENJAMURNYA RESTORAN

- KOREA DI YOGYAKARTA," *J. Sosiol. Reflektif*, 2020, doi: 10.14421/jsr.v14i2.1762.
- [19] I. N. Lathifah, A. Herman, dan M. I. Yusaputra, "Pengaruh Mengakses Korean Wave terhadap Perilaku Imitasi Remaja di Kota Palu," *KANAL J. Ilmu Komun.*, 2019, doi: 10.21070/kanal.v6i2.1933.
- [20] N. Jobst, "Popularity of South Korean cuisine worldwide in 2021," *www.statista.com*, 2021. <https://www.statista.com/statistics/999304/south-korea-korean-food-popularity-worldwide/> (diakses 2 Maret 2022).
- [21] Y. D. Hardiyanti, "Pengaruh Korean Wave Fanatisme Pada Keputusan Pembelian Street Food Korea Selatan: Studi Pada Generasi Z," Universitas Bakrie, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <http://repository.bakrie.ac.id/id/eprint/5380%0Ahttp://repository.bakrie.ac.id/5380/5/04>. Daftar Pustaka.pdf
- [22] S. PRAMINTASARI dan Supriadianto, "Persepsi Mahasiswa Bahasa Korea Sekolah Vokasi Universitas Gadjah Mada Terhadap Makanan Korea Yang Mendunia," Universitas Gadjah Mada, 2019. [Daring]. Tersedia pada: <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/167710>
- [23] Y. Margaretha, "Pengaruh Gastrodiplomasi Korea Selatan Melalui" Global Hansik Program: Korean Cuisine To The World" di Indonesia," Universitas Kristen Indonesia, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <http://repository.uki.ac.id/5547/>
- [24] S. Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta," *Arikunto, Suharsimi 2014*, 2014.
- [25] Sugiyono, "Sugiyono Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif," *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, 2018.
- [26] F. T. Resti Prastiwi, C. S. Ratnaningsih, I. Windhyastiti, dan U. Khourouh, "Analisis Pengaruh Tren Budaya, Brand Ambassador dan Harga terhadap Purchase Intention," *J. Bisnis dan Manaj.*, vol. 7, no. 1, hal. 55–60, 2020, doi: 10.26905/jbm.v7i1.4222.
- [27] N. A. Noreta, "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN KOREA DI KOTA MALANG," Universitas Muhammadiyah Malang, 2020. [Daring]. Tersedia pada: <https://eprints.umm.ac.id/63004/>
- [28] Z. Ahsan, "Hubungan Minat Fotografi Dengan Motivasi Bekerja Pada Anggota Organisasi Jhepret Club Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang," 2012.
- [29] V. W. Sujarweni dan L. R. Utami, "SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta," *J. Bisnis dan Ekon. (JBE)*, 2015.
- [30] P. D. Sugiyono, "Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Keenam," *Bandung Alf*, 2013.