

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan media sosial telah mempengaruhi cara berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Banyak anak-anak maupun remaja yang sudah mahir mengakses internet dan memiliki akun media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, dan *Instagram*. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengetahui dunia luar seperti gaya hidup, *fashion*, dan berbagai budaya yang mempengaruhi kehidupan remaja. Budaya populer (dikenal juga sebagai budaya *pop* atau kultur populer) adalah totalitas ide, perspektif, perilaku, meme, citra, dan fenomena lainnya yang dipilih oleh konsensus informal di dalam arus utama sebuah budaya, khususnya oleh budaya luar di awal hingga pertengahan abad ke-20 dan arus utama global yang muncul pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21. (Islamiah Zauharatul, Purnama Rita, Fadade Herdi, Ramadhan Nurdi, 2019).

Salah satu budaya populer yang saat ini masuk ke Indonesia adalah budaya Korea Selatan. Fenomena budaya Korea Selatan ini sering disebut dengan *Korean Wave* atau *Hallyu*. Gelombang Korea, seperti yang didefinisikan oleh Jeon Je Seong dan Yuwanto, adalah "gelombang budaya populer kontemporer Korea Selatan yang melanda dunia dalam bentuk musik (*K-pop*), serial drama (*K-drama*), film, animasi, *game*, dan makanan-makanan Korea (*K-food*) (Setyani & Azhari, 2020).

Berdasarkan hasil survei Katadata Insight Center (KIC) dan Zigi.id, mayoritas atau 41,1% penggemar di Indonesia mengakses konten Korea Selatan rata-rata mencapai 1 hingga 3 jam per hari. Berikutnya, sebanyak 24,7% responden mengakses konten Korea Selatan rata-rata kurang dari 1 jam per hari. Lalu, sebanyak 18,9% responden yang mendengarkan musik atau menonton film Korea Selatan rata-rata selama 3 hingga 6 jam per hari. Ada pula sebanyak 10,2% responden yang mengakses konten Korea Selatan rata-rata selama lebih dari 6 jam per hari. Sementara, 5,1% responden tak menyebutkan berapa lama durasi mengakses konten asal Negeri Gingseng. Adapun survei ini dilakukan pada 20-29 Juni 2022 secara online terhadap 1.609 responden warga Indonesia penyuka

hiburan Korea (Lidwina, 2021). Data tersebut membuktikan bahwa banyak sekali masyarakat Indonesia yang menggemari drama Korea.

Salah satu bagian dari penyebaran *Korean wave* adalah makanan Korea. Makanan Korea memiliki pasar yang sangat besar seiring berkembangnya tren *K-Pop* dan *K-Drama*. Berkembangnya makanan Korea di Indonesia juga membangkitkan ide-ide usaha bagi para pedagang jalanan, yakni dengan hadirnya *Korean street food* yang seringkali diadakan pada *event-event* tertentu. (Simanullang Frenita Virgo, Amalia Keisha Nadya Astuty, 2023). Selain itu, makanan siap saji dan berbagai macam camilan-camilan Korea juga kerap dijumpai di etalase minimarket. Hal ini juga dapat dilihat dengan banyaknya restoran-restoran Korea di Indonesia, khususnya di Surabaya.

Terdapat kurangnya penelitian mengenai pengaruh *Korean wave* terhadap minat beli produk *Korean food* dalam literatur akademis, serta dengan melihat fenomena Korean Wave dari berbagai sudut pandang, penulis akan mencoba memberikan gambaran secara komprehensif bagaimana pengaruh budaya Korea Selatan terhadap minat beli produk Korean food serta mengetahui produk makanan korea apa saja yang beredar dan digemari oleh masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka diformulasikan beberapa rumusan masalah, yaitu:

- 1) Bagaimana tingkat minat terhadap *Korean wave* di kalangan penduduk Surabaya, khususnya dalam konteks konsumsi produk makanan Korea?
- 2) Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antara *Korean wave* dan minat beli produk *Korean food* di Surabaya?
- 3) Bagaimana persepsi dan pengalaman konsumen terhadap *Korean wave* mempengaruhi preferensi mereka terhadap *Korean food*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui tingkat minat terhadap *Korean wave* di kalangan penduduk Surabaya, khususnya dalam konteks konsumsi produk makanan Korea.
- 2) Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi hubungan antara *Korean wave* dan minat beli produk *Korean food* di Surabaya.
- 3) Untuk mengetahui bagaimana persepsi dan pengalaman konsumen terhadap *Korean wave* mempengaruhi preferensi mereka terhadap *Korean food*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Secara teoritis, penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian lebih lanjut mengenai makanan Korea apa saja yang digemari masyarakat, peredaran makanan Korea di Indonesia serta inovasi-inovasi makanan Korea yang cocok di lidah masyarakat Indonesia.
- 2) Secara praktis, memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat, khususnya remaja yang ingin mencari tahu makanan Korea apa saja yang cocok dengan selera Indonesia.