

## **Analisis Perkembangan Profil Jajanan Korea Berdasarkan dari Perkembangan Bahasa Indonesia di Surabaya**

**Elsandra Veronika Putri<sup>1</sup>, Anastasya Sibarani<sup>2</sup>, Shofia Rosyida<sup>3</sup>, Eni Nurhayati<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Pembangunan Negeri Veteran Jawa Timur

e-mail: [feronicaputri55@gmail.com](mailto:feronicaputri55@gmail.com)<sup>1</sup>, [eninurhayati188@gmail.com](mailto:eninurhayati188@gmail.com)<sup>4</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan profil jajanan Korea di Surabaya dengan menargetkan reponden yang pernah berada di Surabaya dari kalangan mana pun. Dengan metode studi deskriptif pendekatan kuantitatif menggunakan google form untuk mendapatkan data. Dari penyebaran kuisioner didapat 36 responden dengan mayoritas responden berusia 19 tahun yaitu sebanyak 86,1% dan mayoritas responden bertempat tinggal atau berasal dari Surabaya dengan presentase 91,7% atau 33 responden. Dari hasil pengumpulan data disimpulkan bahwa mayoritas responden yang berusia 19 tahun dan berdomisili Surabaya mengikuti perkembangan jajanan Korea dikarenakan meningkatnya popularitas budaya Korea seperti K-Pop dan K-Drama yang menampilkan variasi kuliner Korea. Dengan perkembangan tersebut juga mempengaruhi penggunaan bahasa dalam penyebutan jajanan Korea yang memunculkan istilah-istilah baru. Dalam data juga dapat disimpulkan bahwa variasi makanan Korea menarik minat dan perhatian Masyarakat untuk mencobanya, karena tampilannya yang berwarna merah dan menarik membuat siapapun ingin mencobanya. 94,4% responden menyatakan bahwa warna merah pada makanan Korea sangat menarik perhatian karena menggambarkan sensasi pedas. 47,2% responden tertarik pada variasi makanan Korea yang memberikan kombinasi rasa pedas, gurih, manis, dan asam.

**Kata kunci:** *Bahasa Indonesia, Budaya Korea, Jajanan Korea, Makanan Korea*

### **Abstract**

This research aims to analyze the development of Korean snack profiles in Surabaya by targeting respondents who have been in Surabaya from any demographic. Using a descriptive study method with a quantitative approach, data was collected through Google Forms. From the distribution of questionnaires, 36 respondents were obtained, with the majority of respondents being 19 years old, accounting for 86.1%, and the majority residing in or originating from Surabaya, representing 91.7% or 33 respondents. From the data collection results, it was concluded that the majority of respondents, aged 19 and residing in Surabaya, follow the development of Korean snacks due to the increasing popularity of Korean culture, such as K-Pop and K-Drama, which showcase various Korean cuisines. This

development also influences the language used in naming Korean snacks, leading to the emergence of new terms. The data also concluded that the variety of Korean food attracts public interest and attention to try it, as its vibrant red appearance makes anyone want to try it. 94.4% of respondents stated that the red color of Korean food is very attention-grabbing as it depicts a spicy sensation. 47.2% of respondents are interested in the variety of Korean food, which offers a combination of spicy, savory, sweet, and sour flavors.

**Keywords:** *Indonesian Language, Korean Culture, Korean Snacks, Korean Food*

## PENDAHULUAN

Globalisasi diserap dari bahasa Inggris "globalization" berarti proses pembauran dan pertukaran pandangan dunia, produk, dan aspek budaya lainnya antar negara. 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. 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. Dampak globalisasi terhadap identitas bangsa dapat terlihat dari perilaku masyarakat yang tinggal di luar Indonesia dan terbiasa dengan bahasa gaul (Adibah Dewi Satriani, 2023).

Pada era globalisasi ini, penggunaan bahasa gaul menjadi lebih umum di kalangan warga secara luas, dan jumlah kosakata baru yang timbul berdampak pada penurunan penggunaan bahasa Indonesia yang formal (Satriani, 2023). Para remaja generasi Z atau Gen-z biasanya menggunakan bahasa gaul lebih banyak (Triafida, 2023). Globalisasi memberikan kemudahan akses bagi siapapun untuk mengeksplor banyak hal baru sehingga memberikan perubahan terhadap Bahasa. Bahasa yang merupakan cerminan dari budaya suatu masyarakat. Ia berkembang seiring dengan perubahan zaman dan pertemuan dengan budaya-budaya baru. Salah satu aspek budaya yang turut mempengaruhi perkembangan bahasa adalah kuliner. Kuliner, sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memainkan peran penting dalam membentuk kosakata dan ungkapan baru dalam suatu bahasa. Dalam konteks Indonesia, budaya kuliner telah mengalami perubahan signifikan selama beberapa dekade terakhir. Globalisasi dan tren kuliner dunia telah memperkenalkan berbagai jenis makanan dan gaya memasak baru ke dalam masyarakat Indonesia. Dari masakan Barat seperti pizza dan burger, hingga masakan Asia seperti sushi dan Korean BBQ, semua ini telah memperkaya lanskap kuliner Indonesia dan membawa pengaruh baru pada bahasa Indonesia.

Adaptasi bahasa Indonesia terhadap budaya kuliner baru ini dapat dilihat dari munculnya istilah-istilah baru yang sebelumnya tidak ada dalam kosakata bahasa Indonesia. Misalnya, kata-kata seperti "cappuccino", "bruschetta", dan "kimchi" telah menjadi bagian dari kosakata sehari-hari masyarakat Indonesia. Selain itu, dapat juga melihat penyesuaian kata-kata bahasa asing ke dalam struktur bahasa Indonesia, seperti "bakso", "spaghetti", dan "sashimi". Namun, adaptasi bahasa Indonesia terhadap budaya kuliner baru tidak hanya terbatas pada penyerapan kosakata baru. Ia juga meliputi pembentukan ungkapan dan

metafora baru yang terkait dengan makanan dan pengalaman makan. Sebagai contoh, ungkapan seperti “pedas nampol” atau “manis seperti gula” mencerminkan bagaimana pengalaman kuliner digunakan untuk menggambarkan situasi atau emosi tertentu dalam bahasa Indonesia. Saat ini yang sedang trendi dapat ditemukan di manapun adalah penggunaan budaya Korea Selatan yang biasa disebut Hallyu.

Hallyu 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 pengaruh terhadap negara-negara lain. Korean Wave atau Hallyu memiliki pengaruh yang sangat besar di berbagai negara dan menjadi tren di kalangan masyarakat. Globalisasi yang telah membuka pintu bagi pertukaran budaya antar negara membawa masuk budaya kuliner berkembang di dalam negeri. Salah satu contohnya adalah masuknya jajanan Korea ke Indonesia yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini tidak hanya menarik dari segi rasa dan estetika, tetapi juga memberikan dampak yang signifikan terhadap bahasa Indonesia.

Masuknya budaya asing, khususnya Korea, ke Indonesia bukanlah hal yang baru. Sejak era 90-an, budaya Korea mulai dikenal melalui musik K-Pop, drama Korea, dan berbagai produk budaya lainnya. Penyebaran budaya Korea Selatan dengan menggunakan instrumen Hallyu ini dimulai sejak tahun 2002, yakni sejak Piala Dunia berhasil dilakukan di Jepang dan Korea Selatan (Islamiah, 2020). Lalu, mulai memasuki Indonesia melalui drama Korea yang ditayangkan di layar kaca Nusantara pada tahun 2000-an. Beberapa drama yang populer pada saat itu seperti Full House yang tayang di Indosiar pada tahun 2005, Boys Before Flower tayangan pertama di Indosiar pada 2009, dan masih banyak lagi (Sri Rahma, 2024). Hal ini memicu ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap budaya Korea, termasuk kulinernya. Surabaya, sebagai kota metropolitan terbesar kedua di Indonesia, merupakan hubungan penting untuk pertukaran budaya dan kuliner. Kota ini memiliki populasi yang beragam dan terbuka terhadap budaya baru, termasuk budaya Korea. Hal ini menjadikan Surabaya sebagai salah satu kota di Indonesia dengan popularitas jajanan Korea yang tinggi. Di Surabaya sendiri, minat terhadap budaya Korea, termasuk makanan Korea, semakin meningkat. Restoran Korea mulai menjamur di Surabaya, menawarkan berbagai jenis makanan Korea yang khas dan autentik. Hal ini sejalan dengan fenomena Korean Wave yang telah memperkenalkan berbagai aspek budaya Korea ke masyarakat Indonesia, termasuk kuliner Korea.

Pengaruh Korean Wave, terutama drama Korea, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap minat masyarakat, termasuk mahasiswa di Surabaya, untuk mencoba makanan Korea. Pengaruh Korean Wave ini juga mempengaruhi minat masyarakat tentang makanan Korea. Makanan Korea dikenalkan lewat popularitas dramanya yang sangat diminati oleh kalangan manapun. Semakin banyaknya makanan Korea yang beredar di Indonesia ini tidak terlepas dari adanya kesuksesan konten Korea seperti drama, dan konten mukbang sehingga menyebabkan banyak masyarakat tertarik untuk mencoba makanan tersebut (Riskyani, 2023). Masyarakat Surabaya, terutama para penggemar budaya Korea, mulai tertarik untuk mengeksplorasi dan menikmati berbagai hidangan Korea yang kaya akan rasa dan tradisi. Peningkatan jumlah restoran, cafe, dan rumah makan Korea di

Surabaya, seperti yang tercatat dalam data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Surabaya, menunjukkan bahwa minat terhadap makanan Korea semakin berkembang. Restoran-restoran Korea yang hadir di Surabaya, seperti Gojumonng, Ahjumma Kitchen, Tteokbokki Queen, dan lainnya, memberikan akses yang lebih mudah bagi masyarakat Surabaya untuk menikmati berbagai hidangan Korea tanpa harus pergi jauh.

Masakan pedas merupakan salah satu ciri khas kuliner Indonesia yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya masyarakat. Selera pedas ini telah menjadi kegemaran masyarakat Indonesia sejak dahulu kala. Namun, belakangan ini tren kuliner pedas tidak hanya terbatas pada masakan lokal, tetapi juga merambah ke masakan asing, salah satunya adalah masakan Korea. Variasi rasa pedas yang ditawarkan oleh masakan Korea tampaknya berhasil menarik minat masyarakat Indonesia yang menyukai pedas. Selain itu, kebiasaan masyarakat Indonesia yang penasaran dengan sesuatu yang tengah populer pada saat ini, dan alasan yang terakhir adalah makanan Korea termasuk makanan sajian sehat yang baik untuk kesehatan tubuh, fresh, kaya akan serat dan cita rasa makanan Korea yang unik serta keunikan pada tampilan makanan Korea yang beraneka bentuk dan berwarna-warni yang menarik perhatian konsumen apalagi jika kokinya sangat pintar dalam menyajikan makanannya (Analia Tamara, 2019).

Masakan Korea terkenal dengan cita rasa yang kuat dan bumbu yang khas, termasuk penggunaan cabai dalam berbagai bentuk dan tingkat kepedasan. Mulai dari makanan jalanan seperti tteokbokki (kue beras pedas) dan topokki (kue beras gulung pedas), hingga masakan rumahan seperti jjigae (sup pedas) dan jjajangmyeon (mie hitam pedas), semuanya menawarkan sensasi pedas yang menggoda selera. Kepopuleran masakan Korea di Indonesia semakin meningkat seiring dengan meningkatnya minat terhadap budaya Korea secara keseluruhan, yang dikenal dengan istilah Korean Wave atau Hallyu. Selain itu, tingkat kepedasan dalam masakan Korea cenderung bervariasi, dari level ringan hingga pedas ekstrem. Hal ini memungkinkan para pencinta pedas untuk memilih tingkat kepedasan yang sesuai dengan preferensi responden. Variasi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia yang menyukai pedas, tetapi juga ingin mencoba sensasi pedas yang berbeda dari masakan lokal.

Dengan demikian latar belakang jurnal ini menggarisbawahi untuk mengeksplorasi bagaimana bahasa Indonesia beradaptasi dengan budaya kuliner baru yang masuk ke dalam masyarakat Indonesia. Melalui pemahaman tentang perubahan budaya dan tren kuliner di Indonesia, jurnal ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang proses adaptasi Bahasa Indonesia terhadap makanan Korea begitu pula sebaliknya, serta faktor-faktor yang mempengaruhi minat masyarakat Indonesia terhadap makanan pedas Korea. Dengan melihat tren kuliner pedas di Indonesia dan dampak Korean Wave, terutama di kalangan mahasiswa di Surabaya, jurnal ini juga akan menyoroti bagaimana minat terhadap makanan Korea yang kaya akan rasa dan tradisi telah berkembang di Surabaya, tercermin dari peningkatan jumlah restoran Korea di kota tersebut.

Dari latar belakang di atas permasalahan yang akan dibahas pada penelitian ini yaitu bagaimana perkembangan profil jajanan Korea mempengaruhi penggunaan Bahasa Indonesia, dengan tujuan dari penelitian ini yaitu memahami faktor-faktor yang mendorong

pesatnya perkembangan budaya Korea di Surabaya dan memahami bagaimana bahasa Indonesia beradaptasi dengan budaya kuliner baru.

## METODE

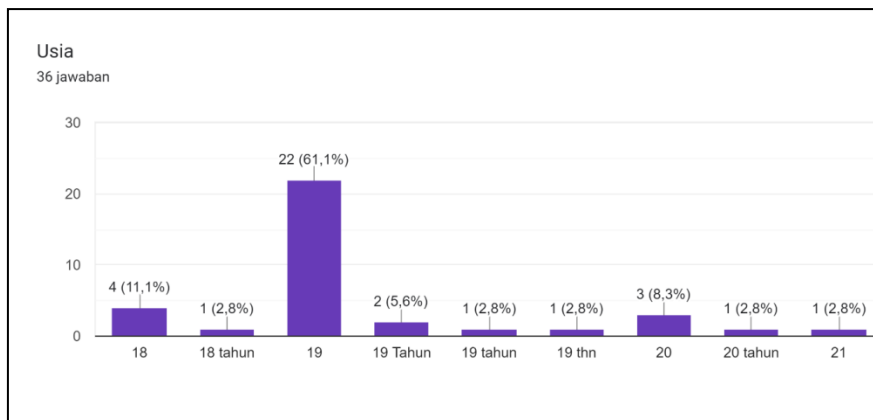
Dalam karya tulis ilmiah ini metode yang digunakan untuk penelitian "Analisis perkembangan profil jajanan korea berdasarkan dari perkembangan Bahasa Indonesia" yaitu studi deskriptif pendekatan kuantitatif dengan menggunakan Google form untuk mendapatkan data dari responden yang telah ditetapkan ketentuannya. Metode ini dipilih untuk menganalisis perkembangan profil jajanan Korea berdasarkan dari perkembangan Bahasa Indonesia spesifiknya di Kota Surabaya. Data kuantitatif merupakan jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang berupa informasi atau penjelasan yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka, sehingga dengan peroleh bilangan atau bentuk angka tersebut dapat ditarik kesimpulan berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Dengan menggunakan survei online dengan pengisian google form oleh responden mulai tanggal 16 Mei 2024. Tujuan dari penelitian ini untuk mendapatkan data sebagai pedoman penelitian Analisis perkembangan profil jajanan korea berdasarkan dari perkembangan Bahasa Indonesia di Surabaya. Tahap yang peneliti gunakan sebagai pacuan primer dalam penelitian ini adalah penyebaran angket yang menggunakan kuesioner agar lebih efisien. Serta dengan adanya pengisian angket secara individu dapat membantu peneliti dalam menerima data secara tepat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

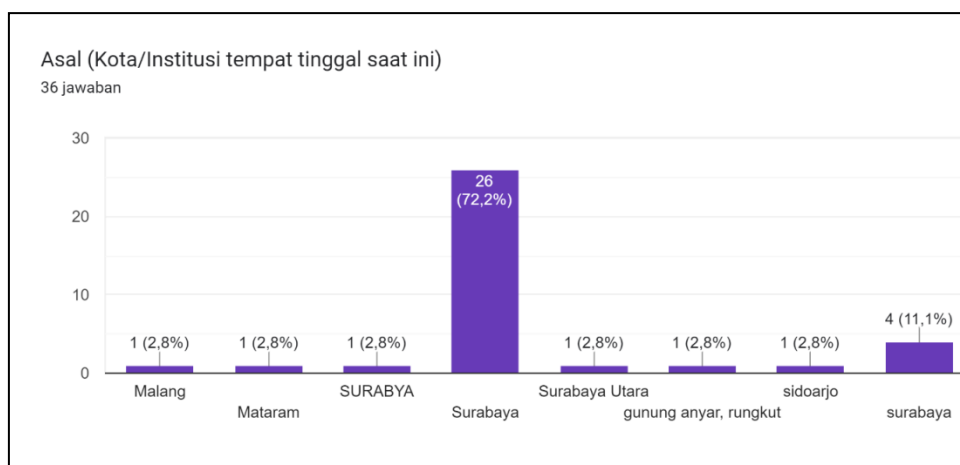
Setelah menyebarkan kuisisioner Google form untuk penelitian Analisis perkembangan profil jajanan korea berdasarkan dari perkembangan Bahasa Indonesia kepada para responden, peneliti mendapat data sebanyak 36 responden.

Hasil dari penelitian menggunakan studi deskriptif pendekatan kuantitatif dengan metode penyebaran kuisisioner Google form akan dipaparkan menjadi beberapa sub bagian berdasarkan jawaban yang telah diisi oleh responden sebagai berikut.



Gambar 1. Grafik batang usia responden

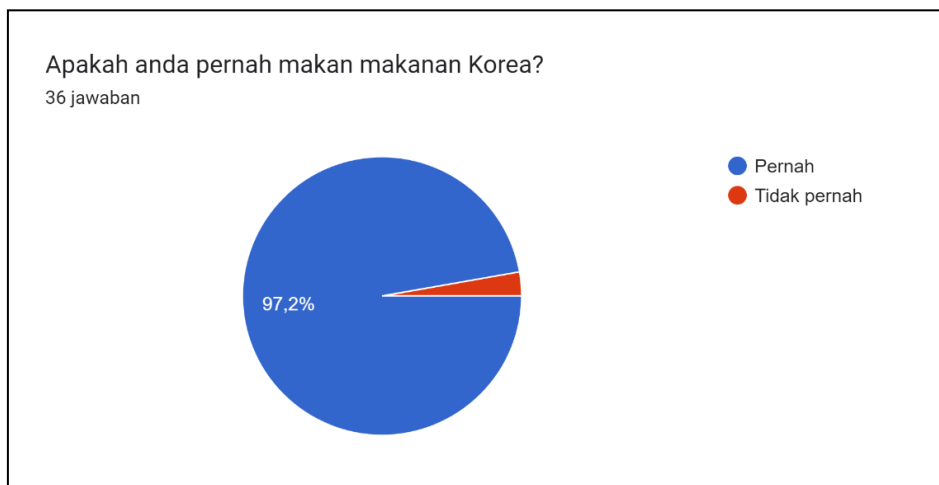
Grafik di atas menunjukkan grafik usia dari 36 responden dengan perincian berikut. Bila disederhanakan responden yang berusia  $\geq 18$  tahun sebanyak 13,9% dan responden yang berusia  $\leq 19$  tahun sebanyak 86,1%. Presentase tersebut jika diubah menjadi angka maka responden dengan usia  $\geq 18$  tahun sebanyak 5 orang dan responden dengan usia  $\leq 19$  tahun sebanyak 31 orang. Perinciannya yaitu, Responden dengan usia 18 tahun sebanyak 13,9%, Responden dengan usia 19 tahun sebanyak 72,3%, Responden dengan usia 20 tahun sebanyak 11,1%, dan Responden dengan usia 21 tahun sebanyak 2,8%. Peneliti menambahkan jumlah presentase untuk usia 18, 19, dan 20 tahun sesuai dengan data sehingga terciptalah jumlah presentase yang dipaparkan di atas. Jika diubah menjadi angka maka Responden berusia 18 tahun sebanyak 5 orang, Responden berusia 19 tahun sebanyak 26 orang, Responden berusia 20 tahun sebanyak 4 orang, dan Responden berusia 21 tahun sebanyak 1 orang. Berdasarkan perolehan data dapat disimpulkan bahwa responden merupakan generasi z yang setidaknya mengetahui tentang perkembangan zaman terutama perkembangan budaya dan bahasa di sekitarnya.



**Gambar 2. Grafik batang asal daerah/institusi/tempat tinggal saat ini responden**

Dari survei Google form didapatkan hasil seperti grafik dengan penjelasan sebagai berikut. Didapatkan sebanyak 91,7% responden berasal dari Surabaya - Jawa Timur dan sisanya yaitu sebanyak 2,8% berasal dari Malang, 2,8% berasal dari Mataram, dan 2,8% berasal dari Sidoarjo. Jika dikonversikan ke dalam angka maka didapatkan 33 responden berasal atau bertempat tinggal di Surabaya dan masing-masing 1 responden berasal atau bertempat tinggal di Malang, Mataram, dan Sidoarjo. Hal tersebut berarti bahwa responden yang mengisi sepatutnya mengetahui tentang jajanan Korea yang ada di Surabaya dan bisa mengisi kuisioner berdasarkan pengalaman. Alasan peneliti memasukkan asal daerah atau Instansi dalam pengisian kuisioner adalah supaya bisa mengetahui bahwa responden berasal dari daerah sesuai penelitian atau hanya pernah berkunjung saja, dan berdasarkan hasil ternyata mayoritas responden berasal dari Surabaya, jadi peneliti bisa menganalisis

bagaimana pandangan responden tentang perkembangan profesi jajanan Korea berdasarkan dari perkembangan Bahasa Indonesia.



**Gambar 3. Grafik lingkaran pertanyaan ke-1**

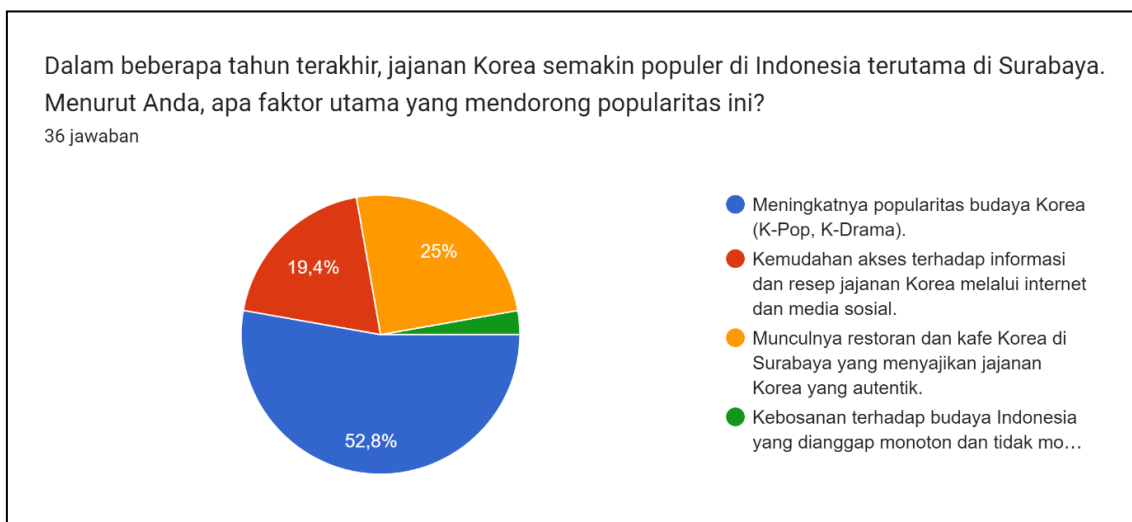
Berdasarkan Grafik lingkaran diatas, dari 36 responden yang mengisi kuisiener melalui Google Form, didapatkan hasil sebanyak 97,2% atau 35 responden pernah makan makanan Korea, dan hanya 2,8% atau 1 responden saja yang tidak pernah makan makanan Korea. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan budaya Korea berdasarkan dari perkembangan bahasa Indonesia yang masuk khususnya di Surabaya sangat cepat mempengaruhi seseorang untuk mencoba produk atau makanan yang berasal dari Korea.



**Gambar 4. Grafik lingkaran pertanyaan ke-2**



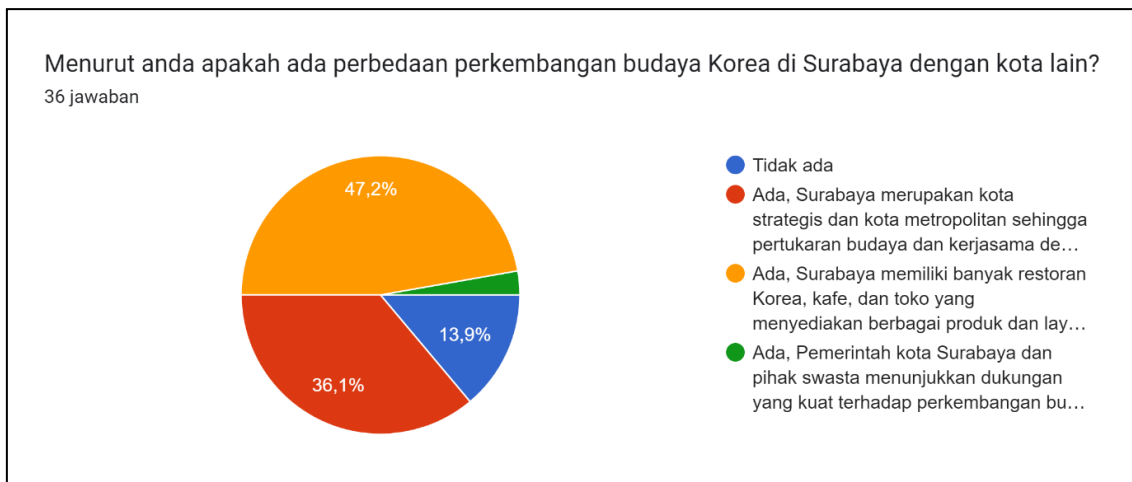
Grafik lingkaran di atas menunjukkan tempat responden yang pernah memakan makanan Korea. Jika di grafik sebelumnya terdapat 35 responden yang pernah memakan makanan Korea, namun tidak semua mencobanya di Surabaya. Hasil dari rinciannya didapatkan sebanyak 83,3% responden atau sebanyak 30 responden pernah makan makanan Korea di Surabaya, 13,9% responden atau 5 responden memakannya di luar Surabaya, dan 2,8% atau hanya 1 orang yang tidak pernah makan makanan Korea dimanapun. Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas dari responden yang mengisi Google form pernah mencoba makanan Korea di Surabaya. Hal ini memudahkan peneliti untuk menganalisis perkembangan profil jananan Korea di Surabaya.



**Gambar 5. Grafik lingkaran pertanyaan ke-3**

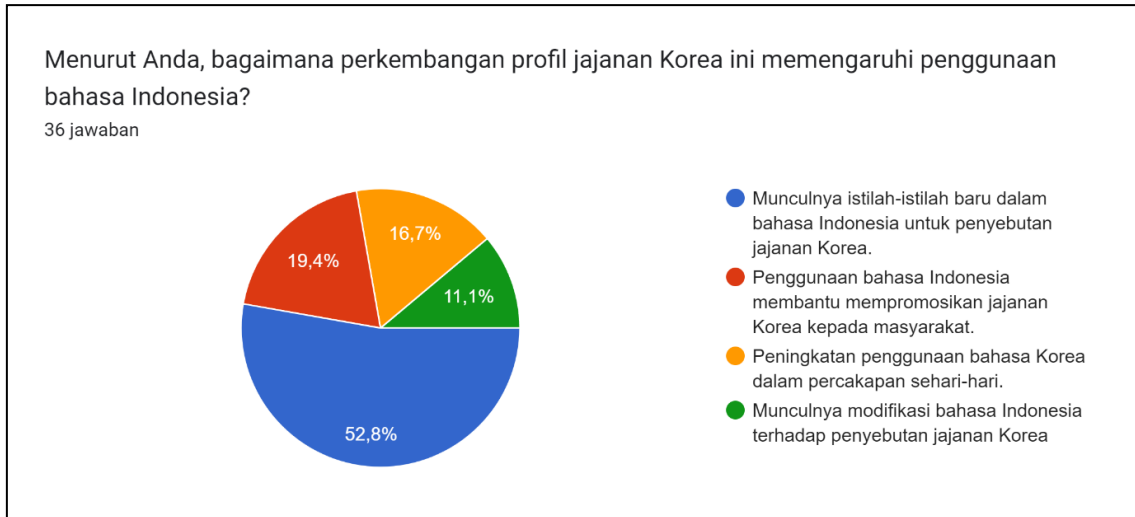
Hasil diagram di atas merupakan pendapat dari 36 responden mengenai faktor utama yang mendorong popularitas jajanan Korea terutama di Indonesia. Didapat 52,8% yaitu 19 responden yang menganggap melalui peningkatan popularitas budaya Korea (K-Pop, K-Drama) yang menjadi faktor utama pendorong popularitas tersebut. Lalu terdapat 19,4% atau 7 responden yang menyatakan bahwa faktor utamanya karena terdapat kemudahan akses informasi dan resep jajanan Korea melalui internet dan media sosial. Hal ini dikarenakan perkembangan bahasa Indonesia yang cenderung menimbulkan rasa penasaran seseorang akan bahasa, budaya, ataupun produk dari negara lain, salah satunya Korea. Kemudian terdapat 25% yaitu 9 responden yang menyebutkan hal ini dikarenakan munculnya restoran dan kafe Korea di Surabaya yang menyajikan jajanan autentik. Dan terakhir 2,8 atau 1 responden menganggap adanya kebosanan terhadap budaya Indonesia yang dianggap monoton lah merupakan faktor utama pendorong popularitas jajanan Korea. Dari variasi jawaban responden ini, dapat disimpulkan bahwa faktor utama pendorong popularitas jajanan Korea dikarenakan meningkatnya budaya Korea seperti masuknya K-Pop dan K-Drama.





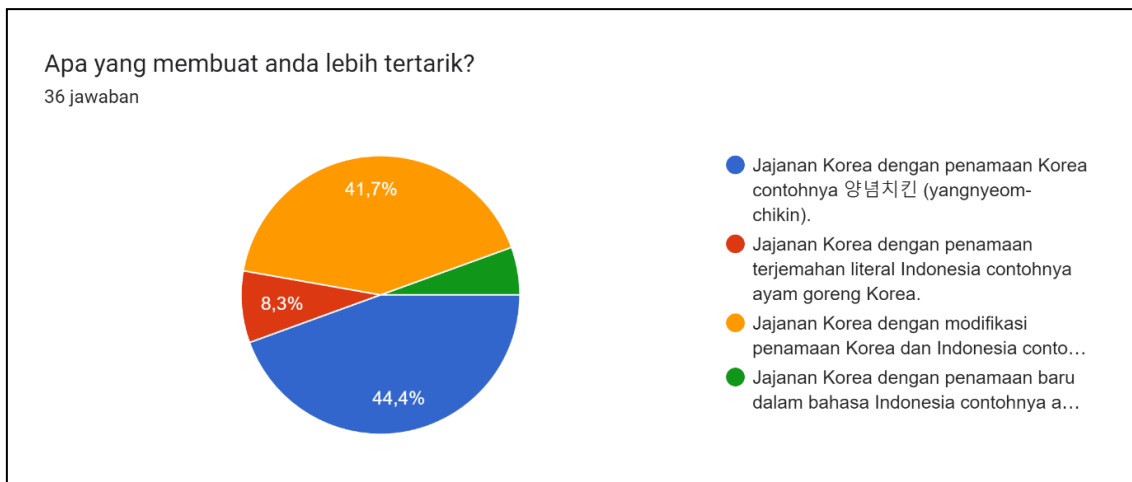
**Gambar 6. Grafik lingkaran pertanyaan ke-4**

Diagram di atas menunjukkan hasil observasi peneliti mengenai perbedaan perkembangan budaya Korea di Surabaya dengan kota lain. Dari 36 responden yang mengisi Google form didapatkan hasil sebagai berikut. Terdapat 13,9% atau 5 responden menganggap tidak ada perbedaan antara perkembangan budaya Korea di Surabaya dan kota lain. Kemudian terdapat 36,1% yaitu 13 responden menyadari kota Surabaya yang strategis dan metropolitian yang menimbulkan adanya pertukaran budaya dan membedakan dengan kota lain. Lalu sebanyak 47,2% atau 17 responden menyebutkan yang membedakan perkembangan budaya Korea di Surabaya dengan kota lain yaitu dari adanya restoran Korea, kafe dan toko di Surabaya banyak menyediakan produk dan berbagai layanan yang mendukung. Kemudian ada 2,8% yaitu 1 responden menganggap pembedanya dikarenakan Pemerintah kota Surabaya dan pihak swasta memiliki dukungan terhadap perkembangan budaya Korea. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki opini yang menjadi pembeda antara perkembangan budaya Korea di Surabaya dengan kota lain yaitu di kota Surabaya memiliki restoran Korea, kafe, dan toko yang menyediakan berbagai produk dan layanan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari cara pelayanan di kafe dan di toko, pegawai ataupun karyawan cenderung menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dalam pengucapannya serta memiliki layanan yang baik kepada konsumen.



**Gambar 7. Grafik lingkaran pertanyaan ke-5**

Berdasarkan grafik lingkaran di atas mengenai perkembangan profil jajanan Korea dalam mempengaruhi penggunaan bahasa Indonesia yang diberikan kepada 36 responden, sebanyak 52,8% atau 19 responden menyebutkan bahwa dari perkembangan profil jajanan Korea ini maka banyak muncul istilah baru dalam bahasa Indonesia untuk penyebutan jajanan Korea. Lalu terdapat 19,4% yaitu 7 responden menganggap dengan adanya perkembangan profil jajanan Korea ini maka penggunaan bahasa Indonesia dapat membantu mempromosikan jajanan Korea kepada masyarakat. Kemudian ada 16,7% yaitu 6 responden mengakui adanya perkembangan profil jajanan Korea ini mempengaruhi penggunaan bahasa Indonesia yaitu dengan adanya peningkatan penggunaan bahasa Korea dalam percakapan sehari-hari. Dan yang terakhir terdapat 11,1% atau 4 responden mengatakan bahwa dengan adanya perkembangan profil jajanan Korea ini, memunculkan modifikasi bahasa Indonesia terhadap penyebutan jajanan Korea. Hasil observasi di atas menunjukkan mayoritas responden menganggap bahwa dengan adanya perkembangan profil jajanan Korea ini dapat mempengaruhi penggunaan bahasa Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya muncul istilah baru dalam bahasa Indonesia untuk penyebutan jajanan Korea.



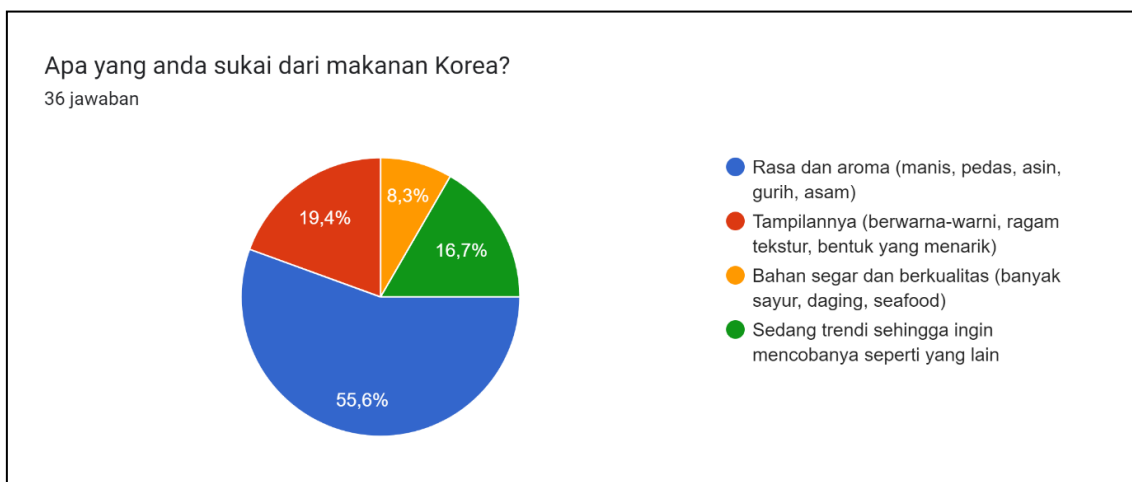
**Gambar 8. Grafik lingkaran pertanyaan ke-6**

Dari diagram hasil observasi dari 36 responden didapatkan hasil bahwa 44,4% responden yaitu sebanyak 16 responden lebih menyukai penamaan jajanan Korea dengan penamaan Korea. Meskipun begitu jawaban untuk penamaan jajanan Korea dengan modifikasi penamaan Korea dan Indonesia hanya berselisih 1 suara yaitu sebesar 41,7%. Sisanya yaitu sebesar 8,3% yaitu 3 responden yang memilih penamaan jajanan Korea dengan terjemahan literal Bahasa Indonesia dan sebesar 5,6% yaitu sebanyak 2 responden yang memilih penamaan jajanan Korea dengan penamaan baru dalam Bahasa Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden mayoritas lebih menyukai penamaan yang masih orisinil tanpa ada tambahan penamaan lain, baik itu dalam Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, atau Bahasa lainnya yang dapat digunakan dalam penamaan jajanan Korea.



**Gambar 9. Grafik lingkaran pertanyaan ke-7**

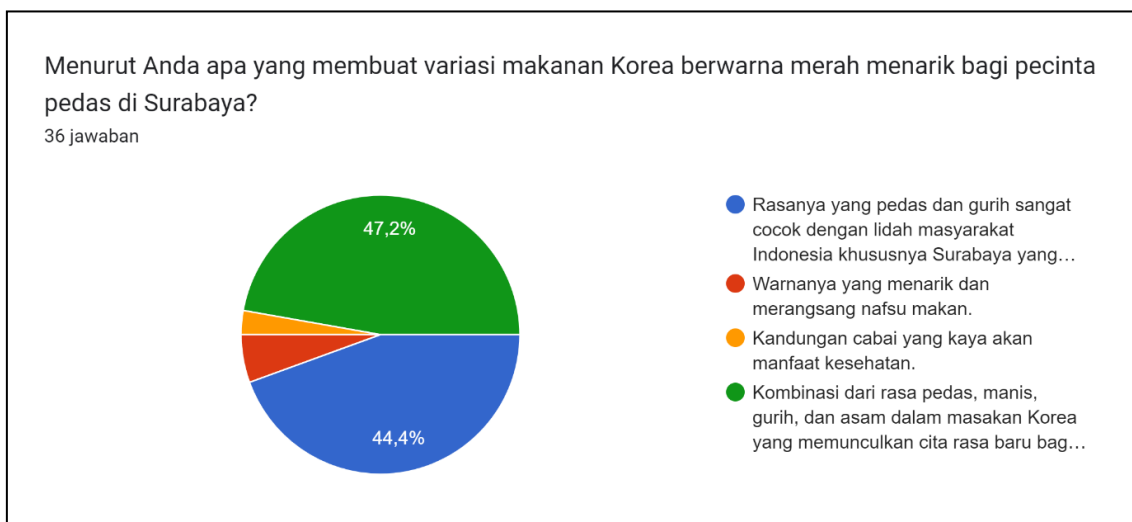
Berdasarkan diagram lingkaran di atas yang memaparkan hasil dari pertanyaan mengenai kesulitan yang pernah dihadapi dalam memahami nama atau cara membuat jajanan Korea karena perbedaan bahasa, didapatkan bahwa 36 responden memilih jawaban yang bervariasi. 11,1% dari 100% presentase responden sering mengalami kesulitan dalam memahami nama atau cara membuat jajanan Korea karena perbedaan bahasa, 11,1% merupakan 4 dari 36 responden. Sedangkan 63,9% yaitu sebanyak 23 responden terkadang mengalami kesulitan dalam memahami nama atau cara membuat jajanan Korea karena perbedaan bahasa, namun dapat cepat mengatasinya dengan mencari informasi terkait kesulitan memahami bahasa baik itu dari media sosial, bertanya langsung, atau cara yang lain. Jawaban selanjutnya mendapatkan suara sebanyak 22,2% yaitu sebanyak 8 responden memilih jarang mendapatkan kesulitan dalam memahami nama atau cara membuat jajanan Korea karena perbedaan bahasa. Lalu opsi jawaban yang terakhir sebanyak 2,8% atau 1 responden yang tidak pernah mengalami kesulitan dalam memahami nama atau cara membuat jajanan Korea karena perbedaan bahasa. Dari data yang terkumpul ini dapat diketahui bahwa mayoritas responden terkadang mengalami kendala namun dengan cepat dapat mengatasinya.



**Gambar 10. Grafik lingkaran pertanyaan ke-8**

Diagram di atas menunjukkan data dari 36 responden yang memiliki ketertarikan terhadap makanan Korea mulai dari rasa, bentuk, harga, kualitas, maupun mengikuti kecenderungan saat ini. Diperoleh 55,6% responden atau 20 responden karena rasa dan aromanya, baik dari rasanya yang pedas, manis, asam, gurih, dan rasa unik lainnya, maupun karena aromanya yang menarik minat responden pemilih yang pernah mencicipi jajanan Korea di Surabaya ini. Selanjutnya terdapat 19,4% yaitu sebanyak 7 responden lebih tertarik dengan jajanan Korea karena tampilannya yang unik dan khas, baik dari segi tekstur maupun estetika. Lalu sebanyak 8,3% atau sebanyak 3 responden terpilih lebih tertarik dengan makanan Korea karena bahan yang digunakan berkualitas dan segar, karena banyak jajanan Korea yang berbahan dasar seafood yang pengolahannya terbuka terhadap

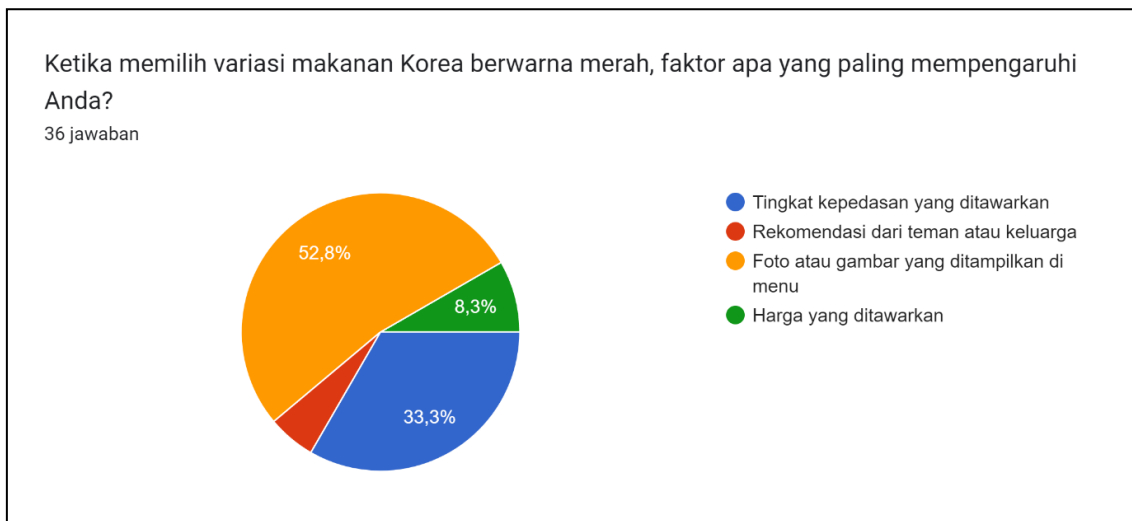
konsumen sehingga mampu menambah poin plus bagi pecinta makanan yang berkualitas seperti 3 responden peneliti ini. Dan yang terakhir yaitu sebanyak 16,7% atau 6 orang memilih jawaban yang tidak mementingkan hal yang dirasakan dari makanan tersebut, melainkan karena makanan tersebut sedang trendi di kalangan masyarakat Surabaya. Kepopuleran tersebut dibuktikan dengan presentase paling tinggi atau mayoritas jawaban responden pada pembahasan ini, bahwa responden tertarik jajanan Korea karena rasa dan aromanya. Dari analisis tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden yaitu sebanyak 20 responden memiliki ketertarikan terhadap jajanan Korea karena rasa dan aroma yang ditawarkan.



**Gambar 11. Grafik lingkaran pertanyaan ke-9**

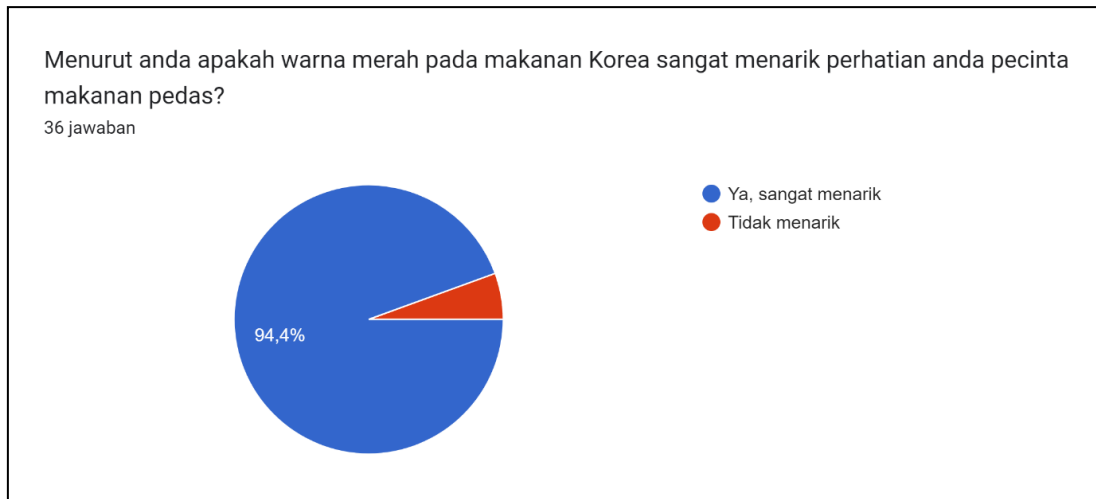
Berdasarkan perolehan data yang telah diisi oleh 36 responden dan dipaparkan dalam diagram di atas diperoleh 44,4% responden yaitu sebanyak 16 responden memilih opsi bahwa warna merah khas yang ditampilkan jajanan Korea menarik minat responden, karena warna merah tersebut dirasa menampilkan rasa pedas gurih yang sangat cocok bagi lidah masyarakat Surabaya pecinta pedas. Selanjutnya didapat 5,6% atau 2 responden yang menyatakan bahwa warna merah yang khas pada jajanan Korea sangat menarik perhatian karena merangsang nafsu makan pecinta pedas, karena identiknya merah adalah makanan pedas yang sangat disukai oleh warga Surabaya salah satunya yaitu 2 responden ini. Lalu didapat 2,8% atau 1 responden yang menyatakan bahwa variasi warna merah pada jajanan Korea menginterpretasikan cabai merah, diketahui bahwa cabai merah mengandung banyak kandungan manfaat bagi tubuh meskipun rasa yang dihasilkan bagi beberapa orang terasa menyiksa, namun khasiatnya sangat baik bagi tubuh. Yang terakhir yaitu sebanyak 47,2% atau 17 responden menyatakan bahwa variasi warna merah pada jajanan Korea dikatakan sangat menarik karena warna merah tersebut menampilkan cita rasa pedas, gurih, asin, asam yang sangat cocok bagi lidah warga Surabaya pecinta pedas berdasar pilihan 17 responden ini, cita rasa gabungan tersebut sangat menarik karena memunculkan cita rasa

baru atas perpaduan variasi tersebut. Dari data tersebut dapat dianalisis bahwa mayoritas responden yang berjumlah 17 tertarik pada variasi jajanan Korea yang berwarna merah karena cita rasa yang ditawarkan memadukan banyak hal seperti pedas, gurih, manis, asin, asam, dan masih banyak lagi. Masyarakat Surabaya yang cenderung menyukai makanan pedas gurih pasti akan sangat menikmati jajanan Korea tersebut, yang dibuktikan dengan perolehan suara dari opsi jawaban mayoritas pada pembahasan ini.



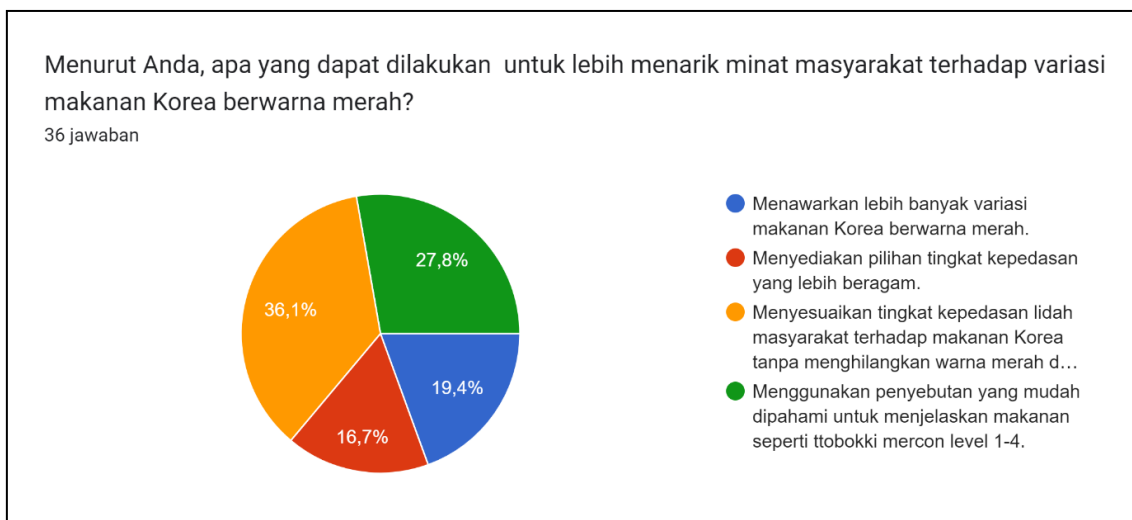
**Gambar 12. Grafik lingkaran pertanyaan ke-10**

Menurut hasil survei yang sudah peneliti lakukan menggunakan penyebaran kuisioner penelitian dengan jumlah total sebanyak 36 responden. Dari data diatas bisa dilihat sebanyak 19 responden dari 36 responden atau 52,8% Alasan anak muda memilih variasi makanan Korea berwarna merah dikarenakan dari faktor penampilan foto dan gambar yang ditampilkan di menu. Adapun sebanyak 12 responden dari 36 responden atau 33,3% tertarik memilih variasi makanan Korea berwarna merah dikarenakan dari tingkat kepedasan yang ditawarkan. Lalu sebanyak 3 responden dari 36 responden atau 8,3% responden memilih variasi makanan Korea berwarna merah dikarenakan faktor harga yang ditawarkan. Sedangkan persentase paling sedikit yaitu 5,6% atau 2 responden dari 36 responden memilih variasi makanan Korea berwarna merah dikarenakan rekomendasi dari teman atau keluarga. Berdasarkan hasil kuisioner penelitian yang sudah peneliti lakukan foto atau gambar dipilihan menu dapat menjadi faktor yang paling besar terhadap ketertarikan pelanggan dalam membeli makanan Korea.



**Gambar 13. Grafik lingkaran pertanyaan ke-11**

Dari hasil survei kuisisioner penelitian yang sudah peneliti lakukan terkait adanya warna merah pada makanan Korea menjadi salah satu faktor penarik perhatian bagi para pecinta pedas hal ini bisa dibuktikan lewat hasil survei kuisisioner yakni sebanyak 34 responden yang telah menjawab kuisisioner dari 36 responden atau 94,4% setuju dengan adanya warna merah dapat menjadi salah satu faktor yang menarik untuk para pembeli, sedangkan sebanyak 2 reponden dari 36 responden atau 5,6% tidak setuju dengan adanya warna merah menjadi faktor ketertarikan untuk para pembeli. Jadi kesimpulannya para pembeli lebih tertarik adanya warna merah pada makanan korea karena dapat menarik para pembeli khususnya bagi yang pecinta makanan pedas.



**Gambar 14. Grafik lingkaran pertanyaan ke-12**



Berdasarkan data hasil kuisioner penelitian yang sudah peneliti lakukan terkait apa yang harus dilakukan seorang seller agar dapat menarik minat masyarakat terhadap variasi makanan Korea berwarna merah yaitu sebanyak 13 responden dari 36 responden atau 36,1% menyatakan bahwa dapat menyesuaikan tingkat kepedasan lidah masyarakat terhadap makanan Korea tanpa menghilangkan warna merah dalam makanan. Sedangkan sebanyak 10 responden dari 36 responden atau 27,8% menyetujui bahwa menggunakan penyebutan yang mudah dipahami untuk menjelaskan makanan seperti *tobokki mercon level 1-4* dapat menarik minat masyarakat. Lalu sebanyak 7 responden dari 36 responden atau 19,4% menyetujui bahwa dengan menawarkan lebih banyak variasi makanan Korea berwarna merah dapat lebih banyak menarik pembeli. Dan persentase terkecil menurut hasil survei yaitu sebanyak 6 responden dari 36 reponden atau 16,7% menyetujui bahwa menyediakan pilihan tingkat kepedasan yang lebih beragam dapat menjadi faktor dari ketertarikan pembeli dalam membeli makanan Korea. Dari hasil survei kuisioner penelitian yang sudah dilakukan mengenai apa yang harus dilakukan seorang seller agar dapat menarik minat masyarakat terhadap variasi makanan Korea berwarna merah dapat disimpulkan bahwa pembeli lebih tertarik membeli makanan Korea karena dapat menyesuaikan tingkat kepedasan lidah masyarakat terhadap makanan Korea tanpa menghilangkan warna merah dalam makanan.

## **SIMPULAN**

Survei yang dilakukan menunjukkan bahwa perkembangan budaya Korea di Surabaya, khususnya melalui K-Pop dan K-Drama, telah mendorong popularitas jajanan Korea. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya responden yang pernah mencoba jajanan Korea di Surabaya. Faktor utama yang mendorong popularitas jajanan Korea adalah rasa dan aromanya yang unik, variasi rasa yang kaya, dan tampilannya yang menarik, khususnya warna merah yang identik dengan rasa pedas. Menariknya, perkembangan budaya Korea di Surabaya memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan kota lain. Di Surabaya, restoran, kafe, dan toko Korea menyediakan layanan yang baik dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar. Hal ini menunjukkan bahwa budaya Korea di Surabaya telah beradaptasi dengan budaya lokal. Popularitas jajanan Korea juga memicu munculnya istilah baru dalam bahasa Indonesia untuk menyebut jajanan tersebut. Namun, mayoritas responden lebih menyukai penamaan yang masih orisinil tanpa terjemahan. Meskipun terkadang ada kendala dalam memahami menu atau rasa makanan Korea, para pembeli di Surabaya umumnya dapat mengatasinya dengan mudah. Hal ini menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat Surabaya terhadap jajanan Korea sangat tinggi.

Secara keseluruhan, survei ini menunjukkan bahwa budaya Korea dan jajanan Korea telah menjadi bagian dari budaya populer di Surabaya. Perkembangan budaya Korea di Surabaya memiliki ciri khas tersendiri, yaitu adaptasi terhadap budaya lokal dan penggunaan bahasa Indonesia yang baik. Popularitas jajanan Korea didorong oleh rasa, aroma, variasi rasa, tampilan, dan adaptasinya terhadap selera masyarakat lokal.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Adibah Dewi Satriani, A. C. (2023). Dampak dan Transformasi Perkembangan Bahasa Gaul dalam Bahasa Indonesia Modern. *Jurnal Pengabdian West Science*, 424.

- Analia Tamara, A. S. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Membentuk Perubahan Minat Konsumen dari Makanan Tradisioanal Menjadi Makanan Korea di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 291.
- Islamiah, A. N. (2020). Diplomasi Budaya Jepang dan Korea Selatan di Indonesia Tahun 2020: Studi komparasi . *Jurnal Hubungan Internasional*, 259.
- Riskyani, R. (2023). *Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Instan Korea pada Pengguna Aplikasi Weverse Indonesia*. Jakarta.
- Satriani, A. D. (2023). Dampak dan Transformasi Perkembangan Bahasa Gaul dalam Bahasa Indonesia Modern. *Jurnal Pengabdian West Science*, 423.
- Sri Rahma, M. Y. (2024). Pengaruh Korean Wave, Kesadaran Halal, dan Harga terhadap Daya Beli Korean Food di Kota Jambi. *eCo-Buss*, 1302.
- Triafida, F. (2023). Eksistensi Penggunaan Bahasa Gaul pada Media Sosial X yang Mempengaruhi Gaya Bahasa Gen z. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 6038.