

**PENGALAMAN GENERASI Z DALAM MENGONSUMSI
MAKANAN KOREA
(Studi Fenomenologi Mengenai Pengalaman Generasi Z Dalam
Mengonsumsi Makanan Korea di Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara)
SKRIPSI**

**OLEH:
APRILY OKTAVIANI
198530112**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

**PENGALAMAN GENERASI Z DALAM MENGONSUMSI
MAKANAN KOREA**

**(Studi Fenomenologi Mengenai Pengalaman Generasi Z Dalam
Mengonsumsi Makanan Korea di Universitas Islam Negeri Sumatera
Utara)**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area**

OLEH:

APRILY OKTAVIANI

198530112

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

2024

Judul Skripsi : Pengalaman Generasi Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea (Studi Fenomenologi Mengenai Pengalaman Generasi Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara)

Nama : Aprily Oktaviani

NPM : 198530112

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si
Pembimbing I


Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos. MSP
pembimbing II


Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.IP
Dekan


Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP
Ka.Prodi

Tanggal Lulus :

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini

Medan, Agustus 2024



Aprily Oktaviani

198530112

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aprily ktaviani
NPM : 198530112
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengalaman Generasi Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea(studi fenomenologi mengenai pengalaman Generasi Z dalam mengonsumsi makanan korea di Universitas Islam Sumatera Utara. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, Agustus 2024

Yang menyatakan

Aprily Oktaviani

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengalaman Generasi Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea(studi fenomenologi mengenai pengalaman Generasi Z dalam mengonsumsi makanan korea di Universitas Islam Sumatera Utara”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu upaya untuk melengkapi syarat kelulusan untuk mendapat gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, serta motivasi kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA selaku Ketua Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M. IP selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Medan Area
4. Dr. Nadra Ideyani Vita, M.Si selaku pembimbing pertama, atas bimbingan, arahan, dan kesabarannya selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Rehia Karenina Isabella Barus, S.Sos. MSP selaku pembimbing kedua, atas masukan, saran, dan motivasi yang diberikan kepada penulis.
6. Ibu An Nisa Dian Rahma, S.I.kom, M.I.Kom selaku dosen sekertaris, atas waktu dan perhatian dalam menguji skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang bersifat membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Penulis

Aprily Oktaviani

ABSTRAK

Penelitian ini menggali pengalaman yang kompleks dari individu Generasi Z dalam mengonsumsi kuliner Korea pada mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Melalui pendekatan Fenomenologi untuk menyelidiki pengalaman generasi Z dalam mengonsumsi makanan Korea dan merinci makna yang terkait dengan pengalaman kuliner mereka. Generasi Z menikmati pengalaman kuliner Korea dengan intensitas tinggi, dipengaruhi oleh gelombang Korea yang mencakup K-pop, K-drama, dan lainnya, minat Generasi Z terhadap makanan Korea tidak hanya sebatas rasa, tetapi juga terkait dengan estetika dan tren sosial penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengalaman, makna, dan juga motif dari mahasiswa yang mengonsumsi makanan Korea menggunakan metode kualitatif termasuk didalamnya yaitu wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini memberikan gambaran tentang motif di balik Generasi Z mengonsumsi makanan Korea, memahami makna yang terkandung dalam pengalaman mereka dan preferensi yang membentuk keputusan kuliner Generasi Z. Temuan ini menggambarkan bahwa melalui makanan Korea, Generasi Z membentuk identitas kuliner yang mencerminkan keterbukaan mereka terhadap keberagaman kuliner global.

Kata Kunci: Pengalaman, Generasi Z, Makanan Korea, Makna, Motif, Preferensi

Nama : Aprily Oktaviani
Npm : 198530112
Prodi : Ilmu Komunikasi

ABSTRACT

GEN Z'S EXPERIENCE IN CONSUMING KOREAN FOOD
(Phenomenological Study Regarding Gen Z's Experience in Consuming Korean Food at North Sumatra State Islamic University).

This research explores the complex experiences of Generation Z individuals in consuming Korean culinary delights among Communication Science students at the North Sumatra State Islamic University. Through a Phenomenological approach to investigate generation Z's experiences in consuming Korean food and detailing the meanings associated with their culinary experiences. Generation Z enjoys Korean culinary experiences with high intensity, influenced by the Korean wave which includes K-pop, K-drama, and others, Gen Z's interest in Korean food is not only limited to taste, but is also related to aesthetics and social trends. This research aims to reveal the experiences, meanings and motives of students who consume Korean food using qualitative methods including in-depth interviews, observation and documentation. This research provides an overview of the motives behind Gen Z consuming Korean food, understanding the meaning contained in their experiences and the preferences that shape Gen Z's culinary decisions. These findings illustrate that through Korean food, Generation Z forms a culinary identity that reflects their openness to culinary diversity global

Keywords : Experience, Gen Z, Korean Food, Meaning, Motives

TELAH DIVALIDASI PUSBA UMA SEBAGAI SYARAT BERKAS SIDANG	
TANGGAL	PARAF
02/04-2024	



RIWAYAT HIDUP

Aprily Oktaviani, lahir di Medan pada tanggal 05 oktober 2000, anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan ayahanda “Ridwan” dan bunda “suriani”. Penulis pertama kali menempuh pendidikan tepat pada umur 7 tahun di sekolah dasar (SD). Pada SD Swasta Al WashliYAH Berastagi pada tahun 2007 dan selesai pada tahun 2012, dan pada tahun yang sama penulis melanjutkan di sekolah menengah pertama di SMP. Pada SMP Swasta Letjend Jamin Ginting Berastagi dan selesai pada tahun 2015 Pada tahun yang sama penulis melanjutkan Sekolah Menengah Kejuruan (SMA) Pada SMK N 1 Berastagi mengambil jurusan Perhotelan dan selesai pada tahun 2018. Pada tahun 2019 penulis terdaftar sebagai salah satu mahasiswa di perguruan tinggi Universitas Medan Area jurusan Ilmu Komunikasi. Selama mengikuti perkuliahan, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) pada tahun 2022 di PLN ULP Medan Baru

Dengan ketekunan dan mempunyai motivasi untuk terus belajar dan berusaha, penulis telah berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan skripsi ini, mampu memberikan kontribusi yang positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul “Pengalaman Generasi Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea(studi fenomenologi mengenai pengalaman Generasi Z dalam mengonsumsi makanan korea di Universitas Islam Sumatera Utara”.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	1
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	5
A. Fenomenologi.....	5
B. Teori Fenomenologi Oleh Alfred Schütz.....	6
C. Konstruksi Makna.....	7
D. Teori Konstruksi Realitas Sosial	8
E. Generasi Z.....	9
F. Makanan	12
1. Pengertian Makanan	12
2. Alasan memilih makanan	12
G. Makanan Halal	14
1. Pengertian Makanan halal dalam islam.....	14
2. Makanan halal dalam konsumsi makanan Korea	15
H. Makanan Korea.....	16
I. Penelitian Terdahulu.....	21
J. Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	29
A. Metode Penelitian	29
B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	29
1. Lokasi Penelitian.....	29
2. Waktu Penelitian	30
C. Sumber Data	30
D. Teknik Pengumpulan Data	31
E. Instrumen Penelitian	31
F. Teknik Analisis Data	32
G. Keabsahan Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	35
1. Sejarah Singkat UINSU FIS	35
2. Lokasi UINSU FIS	37
3. Visi Misi UINSU FIS	37
4. Struktur Organisasi UINSU FIS	37
5. Sejarah Makanan Korea	38
6. Hasil Triangulasi	41
B. Gambaran Informan	42
C. Hasil Penelitian	43
1. Pengalaman Generasi Z Mengonsumsi Makanan Korea.....	43
2. Motif Generasi Z Mengonsumsi Makanan Korea	49
3. Konstruksi Makna Mengonsumsi Makanan Korea pada Generasi Z.	52
D. Pembahasan	61
BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
Lampiran 1 Pedoman Observasi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Transkrip Wawancara	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian.....	84
Lampiran 4 Lembaran Permohonan Pengambilan Data.....	90
Lampiran 5 Lembaran Selesai Pengambilan Data	91

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Makanan Korea adalah masakan unik yang berasal dari budaya, lingkungan, geografi, dan iklim Korea yang unik. Meskipun makanan Korea memiliki bahan dan karakteristik yang sama dengan tetangganya Cina dan Jepang, makanan Korea memiliki rasa, bumbu, bahan, dan metode yang unik. Makanan Korea sendiri terbuat dari sayuran dan mengandung berbagai nutrisi kesehatan seperti vitamin, protein, serat makanan, kalsium dan mineral, sehingga disebut sebagai makanan kesehatan. Makanan Korea juga memiliki banyak manfaat, diantaranya meningkatkan energi tubuh, menghaluskan kulit dengan kulit yang sehat, mencegah sembelit dan melancarkan pencernaan. Banyak restoran Korea telah tersedia di Indonesia sendiri, terutama di kota-kota besar di Indonesia. Jumlah peminatnya tidak bisa dikatakan sedikit (Suhartini, 2015).

Saat *Korean wave* menyebar ke seluruh negeri, banyak orang dari remaja hingga orang dewasa berjuang untuk mencicipi makanan yang berasal dari negeri Ginseng ini. Namun, banyak orang yang tidak menyadari manfaat kesehatan dan fakta kesehatan dari makanan Korea. Beberapa orang memakan makanan ini untuk menciptakan gelombang Korea di Indonesia, dan mereka kebanyakan makan makanan Korea untuk menonton drama atau acara hiburan. Padahal, makanan Korea bisa disantap kapan saja, tidak tergantung tren *Korean wave* (Suhartini, 2015).

Korean wave memiliki dampak besar pada citra global Korea, dan produknya sekarang mendominasi berbagai industri hingga mulai banyak muncul restoran maupun kafe makanan korea seperti Jinjja Chicken di jl. Cut Mutia No.1 kec. Medan Polonia, Dae Bak Korean BBQ Restaurant yang berlokasi di jl. Timor kec. Medan Timur, Patbingsoo berlokasi di kompleks Maltatuli blok FF 32-33 Medan, Kopi Chuseyo di jl. Ringroad Asam Kumbang kec. Medan Selayang dan masih banyak lagi.

Fenomena berkembangnya *Korean Wave* pada akhirnya menimbulkan pula fenomena fanatisme terhadap *Korean Wave* itu sendiri. Penggemar *Korean Wave* mayoritas adalah remaja termasuk kalangan Generasi Z (Karina, 2019).

Meningkatnya jumlah pecinta *kpop* di Indonesia membuka peluang bagi para pengusaha untuk memulai usaha makanan Korea Seperti halnya salah satu kafe di Medan yang mengusung tema pecinta *kpop* yaitu Kopi Chuseyo yang berdiri sejak 20 desember 2020. Tidak hanya menyajikan makanan Korea saja tetapi juga memberikan suasana yang disukai oleh pecinta *kpop*.

Sebelum memasuki kafe pengunjung disambut oleh *standee display group* Kpop terkenal Rose dan Jennie Blackpink. Ketika berada di dalam kafe terdapat tv yang memasang video atau musik korea yang disukai oleh pecinta kpop. Kopi Chuseyo hadir dengan pernik pernik kpop mulai dari *photocard*, *standee display* hingga album kpop yang dipajang di lemari kaca.

Di era globalisasi saat ini perkembangan Zaman semakin hari semakin modern diiringi dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat. Hal ini berkaitan dengan perkembangan media sosial dan internet yang dapat dengan mudah mengakses informasi dan dapat mengetahui dunia luar. Mudahnnya mengakses internet juga sangat mempengaruhi kepopuleran makanan korea ini seperti memiliki akun media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, Twitter dan lainnya akun tersebut mempermudah untuk dapat mengakses dunia luar mulai dari gaya hidup, *fashion* dan berbagai macam budaya yang telah mewabah. Salah satu budaya yang berkembang di Indonesia saat ini adalah budaya pop Korea. Mulai dari musik korea (*kpop*), film dan drama, *fashion*, *makeup* dan kuliner yang menjadi trend. Keberadaanya cenderung diterima publik dari berbagai kalangan terkhususnya Generasi Z yang mempunyai karakter yang sering disebut dengan sehingga menghasilkan suatu fenomena yang disebut *Korean wave/hallyu*. Fenomena ini bisa ditemui di Indonesia dan dampaknya sangat terasa di kehidupan sehari hari terutama pada Generasi Z.

Korean food atau yang dapat disebut dengan *Hansik* adalah makanan tradisional Korea yang berdasarkan cara dan teknik memasaknya. Sebenarnya, masakan Korea adalah kombinasi dari teknik memasak Cina dan Jepang yaitu teknik merebus, mengukus, mengaduk, atau mencampur menggunakan minyak sayur. makanan Korea rasanya unik karena ada banyak rasa masakan yang tidak ditemukan di masakan Indonesia, seperti rasa kimchi sebagai gabungan dari rasa asin, pedas, dan asam. Bumbu rempah juga dianggap lebih terasa, disamping penggunaan cuka dan

cabai yang cukup sering dalam masakan. Cabai yang digunakan berupa bubuk cabai. Bagi orang Indonesia yang jarang makan masakan dengan bubuk cabai merasa bahwa bubuk cabai memberikan rasa yang unik dan membuat makanan menjadi semakin enak (Ummul Hassanah, 2020).

Makanan Korea sendiri sangat populer di Indonesia sampai-sampai makanan Indonesia rasanya seperti yang disukai artis Korea, sehingga makanan yang disantap artis Korea ini menjadi kiblat bagi masyarakat Indonesia khususnya pecinta *kpop* Indonesia. Apalagi sudah menjadi kebiasaan orang Indonesia saat ini ingin tahu tentang sesuatu yang sedang populer saat ini kalangan ter khususnya Generasi Z yang mempunyai karakter yang sering disebut dengan *FOMO* (fear of missing out) yaitu persaaan takut untuk ketinggalan pengalaman ketika melihat orang lain menikmati budaya korea hal ini menjadi salah satu faktor yang mendorong minat mereka dalam mencoba dan mengikuti tren makanan korea dan alasan terakhir adalah makanan Korea terdiri dari makanan sehat yang unik untuk kesehatan tubuh segar leZat kaya serat dan unik. Makanan Korea dengan berbagai macam bentuk dan mengugah selera juga ditampilkan dalam beberapa kdrama, belum lagi jika para idol Korea yang banyak digandrungi oleh penggemar dari negeri Ginseng ini membocorkan apa makanan favorit mereka, dan dari sana lah makanan korea menjadi viral di berbagai media sosial seperti Tiktok, Youtube, Twitter, Instagram dan di kehidupan sehari hari. Para *content creator* dari korea maupun dalam negeri juga ikut andil dalam memperkenalkan makanan korea, mulai *vlog daily life*, *mukbang*, *vlog street food* (Suhartini, 2015).

Dengan adanya penjelasan tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pengalaman dan pemaknaan Generasi Z terhadap makanan Korea yang sedang tren di masa sekarang.

B. Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini adalah Bagaimana pengalaman Generasi Z terhadap makanan Korea?

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dilihat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengalaman Generasi Z terhadap makanan Korea?
2. Bagaimana motif Generasi Z mengonsumsi makanan Korea
3. Bagaimana konstruksi makna Generasi Z memandang fenomena Korea ?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengalaman Generasi Z dalam mencoba makanan Korea
2. Untuk mengetahui bagaimana motif Generasi Z mengonsumsi makanan Korea
3. Untuk mengetahui konstruksi makna Generasi Z terhadap makanan Korea

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penyusunan penelitian ini dapat digunakan untuk memperoleh pemahaman tentang preferensi berkenaan makanan Korea
2. Manfaat Praktis
 - a. Sebagai sarana pembelajaran dalam membuat penelitian berikutnya bagi penulis
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pembaca untuk lebih membuka, menyadari wawasan penting mengenai makanan Korea.
3. Manfaat Akademisi
 - a. Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan digunakan sebagai dasar bagi penelitian yang berfokus pada makanan dan budaya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Fenomenologi

Fenomenologi, sesuai dengan namanya, adalah ilmu (*logos*) mengenai sesuatu yang tampak (*phenomenon*). Dengan demikian setiap penelitian atau setiap karya yang membahas cara penampakan dari apa saja merupakan fenomenologi. Fenomenologi adalah studi tentang pengetahuan yang berasal dari kesadaran, atau cara memahami suatu objek atau peristiwa dengan mengalaminya secara sadar (Abd.hadi, 2021: 22)

Fenomenologi merupakan sebuah pendekatan filosofi yang menyelidiki pengalaman manusia. Fenomenologi bermakna metode pemikiran untuk memperoleh ilmu pengetahuan baru atau mengembangkan pengetahuan yang ada dengan langkah-langkah logis, sistematis kritis, tidak berdasarkan prasangka. Fenomenologi adalah bagian dari metodologi kualitatif namun mengandung nilai sejarah dalam perkembangannya. Menurut Hegel fenomenologi mengacu pada pengalaman sebagaimana yang muncul pada kesadaran, ia menjelaskan fenomenologi adalah ilmu menggambarkan apa yang seseorang terima, rasakan dan ketahui didalam kesadaran langsungnya dan pengalamannya. Dan apa yang muncul dari kesadaran itulah yang disebut sebagai fenomena (Abd.hadi, 2021: 22).

Studi fenomenologi mencari jawaban tentang makna dari suatu fenomena. Pada dasarnya, ada dua hal utama yang menjadi fokus dalam penelitian fenomenologi, yakni :

1. *Textural description*: apa yang dialami oleh subjek penelitian tentang sebuah fenomena. Apa yang dialami adalah aspek objektif, data yang bersifat faktual, hal yang terjadi secara empiris.

2. *Structural description*: bagaimana subjek mengalami dan memaknai pengalamannya. Deskripsi ini berisi aspek subjektif. Aspek ini menyangkut pendapat, penilaian, perasaan, harapan, serta respons subjektif lainnya dari subjek penelitian berkaitan dengan pengalamannya itu (Abd.hadi, 2021: 22).

Dengan demikian, pertanyaan penelitian dalam studi fenomenologi mencakup pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

- a) Apa pengalaman subjek tentang suatu fenomena/peristiwa?
- b) Apa perasaannya tentang pengalaman tersebut?
- c) Apa makna yang diperoleh bagi subjek atas fenomena itu?

B. Teori Fenomenologi Oleh Alfred SchutZ

Alfred SchutZ adalah seorang pegawai bank sekaligus filsuf fenomenologi dilahirkan di Vienna pada tahun 1899. Saat ini SchutZ dikenal sebagai ahli teori fenomenologis yang paling menonjol karena ia mampu membuat ide-ide Husserl sebagai pendiri tokoh utama fenomenologi yang masih dirasakan sangat abstrak menjadi lebih mudah dipahami. SchutZ jugalah yang membawa fenomenologi ke dalam ilmu sosial, membuat fenomenologi menjadi ciri khas ilmu sosial hingga saat ini. Dalam teori fenomenologi Alfred SchutZ ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu Aspek Pengetahuan dan Tindakan. Esensi dari pengetahuan dalam kehidupan sosial menurut Alfred SchutZ adalah Akal untuk menjadi sebuah alat kontrol dari kesadaran manusia dalam kehidupan kesehariannya. Karena akal merupakan sesuatu sensorik yang murni dengan melibatkan, penglihatan, pendengaran, perabaan dan sejenisnya yang selalu disertai dengan pemikiran dan aktivitas kesadaran. Unsur-unsur pengetahuan yang terkandung dalam fenomenologi Alfred SchutZ adalah dunia keseharian. Dunia keseharian adalah merupakan hal yang paling fundamental dalam kehidupan manusia karena inilah yang mengukir setiap kehidupan manusia. Kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna subjektif bagi mereka sebagai satu dunia yang koheren (Berger & Luckmann, 1990: 28). Tindakan sosial yang terjadi setiap hari adalah proses dimana terbentuk berbagai makna (Cambell, 1990 : 89).

Inti dari pemikiran Alfred SchutZ adalah manusia memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran yang digunakan adalah untuk memperjelas makna yang sesungguhnya (Kuswarno, 2019).

fenomenologi melihat adanya Motif Menurut SchutZ (Kuswarno, 2019), dalam pembentukan makna mengelompokkan motif menjadi dua, yaitu:

- a) *In-order-to-motive (Um-ZuMotiv)*

Motif yang merujuk pada tindakan di masa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan.

b) Because motives (Weil Motiv)

Tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Dalam konteks fenomenologis.

C. Konstruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensor mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka. Ringkasnya konstruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep konstruksi makna bisa berubah, akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam posisi negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru. Ia adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu (Juliastuti, 2000).

Hal yang sama diungkapkan oleh Effendy (1989: 2) dalam bukunya Kamus Komunikasi, pemahaman tentang konstruksi makna dapat dikaji melalui konsep dan pandangan paradigma konstruktivis, yaitu konsep atau teori dari aliran konstruktivisme yang didasarkan pada bagaimana pengetahuan tentang gambaran dunia nyata dikonstruksikan oleh individu. Dalam hal ini dunia nyata merupakan hasil konstruksi kognitif individu berdasarkan pengetahuannya yang diperoleh dari pengalaman-pengalamannya. Makna dari objek yang terdapat dalam dunia nyata dihasilkan melalui pengalaman individu dengan objek tersebut. Menurut Von Glasersfeld (2005), konstruktivisme merupakan salah satu filsafat pengetahuan merupakan hasil konstruksi (bentukan) kita sendiri. Menurutnya "pengetahuan bukan gambaran dunia kenyataan (realitas), melainkan konstruksi kognitif individu terhadap pengalamannya" (Suparno, 1997: 18).

Pandangan mengenai konstruktif diatas memberikan penulis gambaran bahwa terdapat hubungan antara makna yang dihasilkan oleh individu dengan realitas dunia nyata. Hubungan tersebut merupakan keterkaitan antara makna, pengetahuan, realitas dan pengalaman individu. Melalui pengalaman-

pengalamannya, individu mengumpulkan konsep-konsep dalam berbagai konteks terkait dengan objek yang dimaknai tersebut. Konsep tersebut merupakan bentukan dari kognitif individu dari informasi yang diperolehnya. Kemudian konsep-konsep tersebut terkumpul menjadi kesatuan pengetahuan dalam mendefinisikan suatu objek. Definisi terhadap objek tersebut menuntun manusia terhadap makna objek tersebut menurut atau bagi dirinya. Makna menurut atau bagi individu inilah yang kemudian mengkonstruksi realitas individu terhadap suatu objek.

D. Teori Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi Sosial pertama kali diperkenalkan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann melalui bukunya *The Social Construction of Reality A Treatise in the Sociology of Knowledge* yaitu bermula dari fenomenologi dan interaksi simbolik. Dalam tahapannya Konstruksi Sosial dari Realitas (*Social Construction of Reality*) diartikan sebagai langkah sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami bersama secara subjektif. Titik tekan teori konstruksi realitas sosial adalah membahas proses bagaimana orang membangun pemahaman bersama mengenai makna. Makna dibentuk dan dikembangkan, dengan bekerjasama dengan orang lain bukan oleh setiap individu secara terpisah (Christina LuZar, 2015).

Dalam proses sosial, manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relatif bebas di dalam dunia sosialnya. Menurut Berger & Luckman, terdapat 3 (tiga) bentuk realitas sosial, antara lain :

1. Realitas Sosial Eksternalisasi, Merupakan suatu kompleksitas definisi realitas (termasuk ideologi dan keyakinan) gejala-gejala sosial, seperti tindakan dan tingkah laku yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Externalisasi adalah proses dimana ide, nilai dan norma sosial diungkapkan dan diwujudkan dalam bentuk symbol, instuisi ataupun praktek sosial. Dengan kata lain melalui eksternalisasi dapat menjadi bagian dari realitas sosial yang dapat diamati di kehidupan bermasyarakat.

2. Realitas Sosial Objektifikasi, Merupakan ekspresi bentuk-bentuk simbolik dari realitas objektif, objektifikasi dalam realitas sosial merujuk pada proses suatu objek ataupun gagasan yang dianggap sebagai sesuatu yang dapat

diakses, diukur dan diwakili sering kali dengan cara yang dapat dilihat ataupun dirasakan.

3. Realitas Sosial Internalisasi, Merupakan realitas sosial pada individu, yang berasal dari realitas sosial objektif dan realitas sosial simbolik, merupakan konstruksi definisi realitas yang dimiliki individu dan dikonstruksi melalui proses internalisasi. Atau bisa disebut dengan bagaimana orang menyerap apa yang mereka lihat. Merujuk pada proses dimana individu, menerima, menghayati, dan mengintegrasikan norma, nilai atau ideologi kedalam pemahaman pribadinya.

E. Generasi Z

1. Pengertian Generasi Z

Schmidt (2000) mengatakan generasiasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan pada tahun lahir, usia, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan.

Dalam teori generasiasi (*generasiation theory*), Codrington et al. (2004) mengemukakan geerasi manusia dibedakan menjadi 5 berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu:

- a) Generasiasi *baby boomer* lahir 1946-1964,
- b) Generasiasi X lahir 1965-1980,
- c) Generasiasi Y lahir 1981-1994 sering disebut generasiasi *millennial*,
- d) Generasiasi Z lahir 1995-2010 disebut juga *I Generasiation*, generasiasi I Net, generasiasi internet dan
- e) Generasiasi alpha lahir 2011-2025.

Kelima generasiasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhkembangan kepribadian. Penelitian Stillman (2017) mengemukakan generasiasi Z adalah generasiasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2012, disebut juga generasiasi net atau generasiasi internet. Generasiasi Z merupakan generasiasi yang paling muda yang baru memasuki angkatan kerja. Generasiasi ini biasanya disebut dengan generasiasi internet atau *I generasiation*. Generasiasi Z lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya.

Sejak kecil, generasiasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan *smartphone* dan dikategorikan sebagai generasiasi yang

kreatif. karakteristiknya adalah pintar dan mudah untuk menangkap informasi secara cepat dan mudah terpengaruh terhadap lingkungan mengenai produk ataupun merek yang sedang tren.

Menurut Noordiono (2016), generasierasi Z adalah generasierasi yang sedini mungkin telah mengenai teknologi dan internet, generasierasi yang haus akan teknologi. Teknologi yang baru merupakan air segar yang harus segera diteguk agar bisa merasakan manfaatnya. Generasierasi Z atau yang lebih dikenal sebagai generasierasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi.

Lebih lanjut Stillman dan Jonah Stillman (2018) menjelaskan bahwa penamaan Generasi Z untuk generasierasi yang lahir pada tahun 1995 hingga tahun 2012 tersebut diperoleh dari hasil survei yang telah dilakukannya bersama dengan Johan Stillman pada tahun 2017 dengan presentasi sebanyak 77% dari responden Generasi Z yang mengatakan bahwa mereka lebih suka dengan nama Generasi Z daripada beberapa ide penamaan bagi generasierasi ini seperti Generasierasi 9/11, *Digital Native*, *Selfies*, *Centennial*, atau *I Generasieration*. Terdapat tujuh sifat utama dari Generasi Z yang dijelaskan oleh Stillman dan Jonah Stillman (2018) dalam bukunya, yaitu sebagai berikut:

a) Figital (fisik digital)

Generasi Z sebagai generasierasi pertama yang lahir ke dunia dengan segala aspek fisik (manusia dan tempa) telah berada pada masa digital atau modern. Bagi generasierasi ini dunia nyata dan dunia *virtual* (maya) saling tumpang tindih, dan dunia *virtual* tersebut merupakan bagian dari realitas mereka.

b) Hiper-Kustomisasi

Generasi Z senantiasa berusaha untuk mengidentifikasi serta melakukan kustomisasi atau penyesuaian identitas mereka sendiri agar dapat dikenal oleh dunia. Kemampuan mereka dalam penyesuaian identitas tersebut menimbulkan anggapan bahwa perilaku dan keinginan mereka telah sangat akrab untuk dapat dipahami.

c) Realistis

Realistis pada Generasierasi Z mengacu pada kecenderungan generasierasi ini untuk memiliki pandangan yang pragmatis dan akurat tentang dunia cenderung

memiliki pandangan yang realistis tentang tantangan dan peluang yang mereka hadapi. Mereka cenderung mengadopsi sikap yang lebih praktis dan objektif, dengan mengandalkan data dan fakta untuk mengambil keputusan dan mengambil tindakan.

d) *FOMO (Fear Of Missing Out)*

Sebagai generasierasi yang terlahir di era digital, Generasi Z sangat takut jika melewatkan sesuatu dan khawatir jika mereka bergerak lambat dalam mendapatkan informasi serta khawatir berada di arah yang tidak tepat saat memperoleh informasi. Disisi lain generasierasi ini menjadi generasierasi yang selalu berada pada barisan terdepan dalam tren dan kompetisi dunia, serta selalu berusaha menjadi yang tercepat untuk memastikan mereka tidak ketinggalan.

e) *Weconomist*

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Stillman & Jonah Stillman (2018) yaitu cenderung lebih suka bekerja secara tim dan berkolaborasi dengan orang lain. Mereka percaya bahwa dengan bekerja sama, mereka dapat mencapai tujuan yang lebih besar dan lebih cepat.

f) *DIY (Do It Yourself)*

Generasi Z merupakan generasierasi yang mandiri dan berdasarkan dari survei yang dilakukan oleh Stillman & Jonah Stillman (2018) sebanyak 71% Generasi Z memiliki keyakinan bahwa jika ingin melakukan sesuatu dengan benar, maka hal itu harus dilakukan sendiri.

g) *Terpacu*

Adanya perubahan dalam perkembangan Zaman yang terjadi sangat pesat sehingga tidak mengherankan jika Generasi Z menjadi generasierasi yang semakin terpacu dalam berkompetisi untuk masa mendatang.

Menurut Rahmawati (2018) yang mendefinisikan generasierasi Z atau *I generasieration* sebagai suatu peralihan dari generasierasi Y yang terjadi pada saat teknologi sedang berkembang dengan pesat. Generasierasi Z ini cenderung bergantung pada teknologi, mementingkan popularitas dari media sosial yang digunakan. Adapun karakteristik dari generasierasi Z ini yang dijelaskan oleh Rahmawati (2018) ialah para generasierasi Z sangat menghargai keberagaman,

menginginkan adanya perubahan sosial, suka berbagi dan berorientasi pada target (Rosmita Dewi, 2020).

F. Makanan

1. Pengertian Makanan

WHO (*World Health OrganiZation*) mengemukakan Makanan merupakan kebutuhan pokok yang dibutuhkan oleh manusia setiap saat dan dimanapun serta memerlukan pengelolaan yang baik dan benar agar makanan yang dikonsumsi dapat bermanfaat bagi tubuh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008 : 901) makanan mempunyai arti segala sesuatu yang dapat dimakan. Makanan diperlukan untuk kehidupan karena makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok bagi kehidupan manusia. Makanan berfungsi untuk memelihara proses tubuh dalam pertumbuhan atau perkembangan serta mengganti jaringan tubuh yang rusak, memperoleh energi untuk melakukan aktivitas sehari-hari.

2. Alasan memilih makanan

Menurut AZrimaidaliZa (2011), dalam pemilihan makanan ada 3 faktor yang menentukan dan mempengaruhi antara lain yaitu karakteristik individu yang terdiri dari usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan kondisi psikologis. Karakteristik makanan yang meliputi sifat organoleptik makanan, mudah dicerna, metode penyiapan makanan, dan ketersediaan makanan. Sedangkan karakteristik lingkungan yaitu suhu. Ada banyak faktor yang menentukan preferensi makanan diantaranya, agama, jenis kelamin, usia, fisiologis perubahan, factor psikologis, penggunaan simbolis makanan, tabu, prestise sosial, dan faktor ekonomi mempengaruhi preferensi makanan di semua budaya.

Selain itu, terdapat penelitian lain oleh Rahman, Khattak, Mansor, (2013) tentang pemilihan makanan. Dalam penelitiannya, terdapat beberapa faktor yang mendorong dalam pemilihan makanan, antara lain:

a) Kepedulian Terhadap Kesehatan (*Health*)

Ada berbagai alasan mengapa orang termotivasi dalam masalah kesehatan dalam pemilihan makanan. Alasan seorang dalam mempertimbangkan kesehatan dalam pemilihan makanan dapat berasal dari status kesehatan saat ini, kesadaran terhadap perilaku kesehatan, dan dampaknya di masa yang akan datang. Hal ini dibuktikan dengan adanya motivasi dalam mengonsumsi makanan sehat adalah

pengontrolan berat badan dan menjaga tubuh tetap ramping khususnya bagi kalangan wanita (Wardle, et al, 2004).

b) Kemudahan/ Kenyamanan (*Convenience*)

kemudahan dalam pemilihan makanan antara lain yaitu aksesibilitas seperti kemudahan dalam menemukan toko atau restoran yang menyediakan makanan dan tempat makan yang nyaman juga mempengaruhi pada saat memilih makanan.

c) Keakraban (*Familiarity*)

Keakraban adalah kecenderungan seseorang untuk memilih makanan yang sudah biasa dimakan dibandingkan mencoba makanan baru. Hal ini dapat mencakup makanan favorit atau makanan yang sering di konsumsi sehari hari.

d) Perasaan (*Mood*)

Faktor suasana hati merupakan mekanisme dan bagaimana seorang individu dapat merasa baik atau santai. Stress dan jadwal yang padat karena kondisi kerja dapat menjadi alasan mengapa makanan yang dipilih berdasarkan apakah makanan tersebut menyenangkan dan menghibur.

e) Daya Tarik Sensorik (*Sensory Appeal*)

Aroma makanan yang menggugah selera dan disukai dapat memberi rangsangan pada indra penciuman seseorang sehingga akan mempengaruhinya untuk mengonsumsi makanan tersebut dan dilihat dari persentase pemilihan makanan pokok berdasarkan karakteristik.

f) Harga (*Price*)

Harga memiliki pengaruh yang kuat dalam pemilihan makanan. Harga makanan merupakan elemen yang paling penting bagi masyarakat dengan pendapatan rendah dibanding faktor yang lain. Harga yang insentif dapat menjadi strategi intervensi yang efektif untuk mempengaruhi pembelian makanan individu. Penurunan harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap pola pembelian makanan.

g) Pengontrolan Berat Badan (*Weight Control*)

Dalam penelitian yang dilakukan pada mahasiswa di Taiwan, menunjukkan perhatian terhadap berat badan memiliki hubungan dengan perhatian terhadap kesehatan (Sun, 2007). Selain itu, Ogden, et al (2006) menunjukkan bahwa obesitas memberikan kontribusi 30 persen lebih besar untuk anak-anak dan angka kematian remaja dibandingkan dengan angka kematian orang dewasa (Biro dan Wein, 2010).

h) Komposisi Makanan (*Natural Content*)

Generasi Z pada umumnya mencari informasi yang transparan tentang makanan yang mereka konsumsi. Dalam memilih makanan Korea mereka mungkin mencari produsen atau merek yang menyediakan informasi yang jelas tentang komposisi makanan, metode produksi yang digunakan untuk memproduksi makanan tersebut.

i) Persepsi Resiko (*Risk Perception*)

Persepsi risiko adalah cara individu menginterpretasikan dan mengevaluasi risiko terkait. Persepsi risiko dalam memilih makanan dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, nilai-nilai individu dan pengetahuan tentang kesehatan dan nutrisi pada makanan.

j) Agama (*Religion*)

Agama dapat menjadi peran penting dalam pemilihan makanan bagi banyak individu. Agama sering memberikan pedoman dan aturan terkait dengan mengonsumsi makanan tertentu seperti umat Muslim yang mengikuti aturan yang ditetapkan dalam agama Islam, mereka menghindari makanan yang dianggap haram (terlarang) seperti babi dan alkohol. Agama memberikan kerangka etis dan spiritual dalam memilih makanan dengan mempertimbangkan nilai-nilai seperti kesehatan, keseimbangan, penghormatan terhadap kehidupan, dan pertimbangan sosial.

G. Makanan Halal

1. Pengertian Makanan halal dalam Islam

Makanan halal adalah makanan yang sesuai diajarkan dalam syariat Islam yaitu halalan thayyiban (halal dan baik) setiap makanan halal pasti akan baik namun sebaliknya makanan yang baik belum tentu halal, maka dari itu agar umat Islam terhindar dari makanan yang haram, maka seharusnya umat Islam selalu menghadirkan makanan yang halal. Sebaliknya makanan Haram itu adalah makanan yang dilarang dalam ajaran Islam dan biasanya Allah mengharamkan sesuatu itu pasti ada kekurangan dan mudharatnya baik yang sudah kita ketahui maupun yang belum kita ketahui dan semua yang diharamkan Allah pasti ada hikmah dibalik itu. Dalam hal makanan Allah menegaskan agar manusia mengonsumsi makanan yang halal lagi baik dan juga bergizi serta tidak meminum minuman keras, sedangkan dalam hal haram maka, kita diwajibkan

sejauh mungkin untuk meninggalkannya, adapun jenis-jenis makanan yang di haramkan oleh Allah yaitu, bangkai, darah, daging babi, binatang yang tidak disebutkan nama Allah, binatang yang tercekik, ditanduk, diterkam binatang buas dan lain sebagainya (Nashirun, 2020).

2. Makanan halal dalam konsumsi makanan Korea

Dalam konteks makanan Korea, perhatian utama bagi konsumen Muslim adalah memastikan kehalalan bahan dan proses pembuatannya. Banyak makanan Korea menggunakan bahan yang perlu diperhatikan, seperti daging babi, minyak wijen yang difermentasi dengan alkohol, atau saus fermentasi seperti gochujang dan doenjang yang tidak selalu sesuai dengan standar halal. Sebagai contoh, makanan populer seperti bulgogi, kimchi, dan tteokbokki seringkali mengandung bahan-bahan yang membutuhkan penggantian agar sesuai dengan ketentuan halal. Selain itu, tidak semua restoran Korea di Indonesia memiliki sertifikasi halal yang terpercaya.

Hal ini menjadi perhatian penting bagi Gen Z Muslim yang ingin mengikuti tren kuliner global tetapi tetap mematuhi nilai-nilai agama. Gen Z, khususnya mahasiswa Muslim, memiliki strategi tersendiri untuk tetap menikmati makanan Korea tanpa melanggar prinsip keagamaan mereka. Beberapa di antaranya memilih untuk mencari alternatif halal, seperti restoran yang bersertifikat halal atau produk-produk makanan Korea yang telah menyesuaikan bahan-bahannya dengan standar halal. Di sisi lain, sebagian Gen Z memilih untuk membuat makanan Korea sendiri di rumah dengan menggunakan bahan-bahan halal, seperti mengganti daging babi dengan daging sapi atau menggunakan gochujang halal yang kini tersedia di pasar lokal. Proses ini menunjukkan kreativitas dan adaptasi mereka dalam mengintegrasikan nilai agama dengan budaya pop yang mereka minati.

H. Makanan Korea

Makanan Korea adalah masakan unik yang tumbuh dari budaya, lingkungan, geografi, dan iklim negara Korea itu sendiri. Meskipun makanan Korea berbagi bahan dan aspek tertentu dengan negara tetangganya, yaitu Cina dan Jepang, makanan Korea memiliki rasa, rempah-rempah, bahan, dan teknik tersendiri. Ini dikarenakan makanan laut yang kurang dan minyak yang sedikit dibandingkan dengan masakan Jepang dan Cina. Makanan Korea sebagian besar adalah hasil fermentasi dan sebagian besarnya sudah terkenal di dunia karena diakui manfaat kesehatannya.

Makanan Korea biasanya menggunakan teknik olah rebus (pucat), kukus, aduk/pencampuran atau tumis dengan menggunakan minyak sayur. Pada masakan Korea terdapat 3 bumbu utama yang digunakan pada hampir setiap masakan Korea, yaitu *doenjang* saus kacang kedelai atau *soy sauce*, pasta kacang kedelai atau *soybean paste* dan pasta cabai merah atau *red chilli pepper paste*.



Gambar 2.1 Bumbu utama masakan Korea

Sumber : Hargacampur.com

Ketiga bumbu ini mengandung Zat protein yang tinggi dan mampu memberikan cita rasa yang berbeda pada setiap masakan yang dihasilkan. Selain ketiga bumbu tersebut, masih ada beberapa bumbu lainnya yang juga biasa digunakan pada masakan Korea yaitu merica hitam (*black pepper*), wijen dan jahe. Selain itu pasta cabai merah (gochujang) juga mampu meningkatkan nafsu makan serta memiliki rasa menyegarkan (Suhartini, 2015).

Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata memilih ‘아름다운 한국음식 100선’ atau ‘100 makanan Korea yang indah’ dan mengumumkan adanya standarisasi resep makanan. Standarisasi resep adalah salah satu program dari globalisasi makanan Korea lalu dikembangkan untuk penamaan bahasa asing makanan-makanan pada 2008 untuk 300 makanan representatif Korea Selatan. Pemilihan ‘100 makanan Korea yang indah’ melalui proses konsultasi dengan berbagai ahli sastra dan makanan serta masyarakat. makanan paling populer dari daftar ‘100 makanan Korea yang indah’ pun berhasil dipilih seperti *bibimbap*, *samgyetang*, *galbigui*, *kimbap*, *sundubu jjigae*, *haemul pajeon*, *hobakjuk*, *japchae*, *kimchi*, *naengmyeon*, *bulgogi*, *tteokbokki* (Amalia, 2020).

Kemudian pada tahun 2015, melalui portal budaya Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata merilis ‘100 budaya Korea Selatan’ yang didalamnya terdapat 10 macam makanan yaitu gochujang, dwenjang, cheongukjang, kimchi, bulgogi, naengmyeon, jajangmyeon, tteokbokki, bibimbap, samgyetang. Berdasarkan pemaparan data diatas, penulis pun memutuskan untuk memasukkan budaya makanan representatif yang akan dijabarkan dalam point-point dibawah, sebagai berikut :

a) Kimchi



Gambar 2.2 Kimchi

Sumber : Kompas.com

Begitu mendengar kata Korea tentu mengingat *kimchi*. Sayuran yang di fermentasi dengan bubuk cabai ini sudah cukup populer tidak hanya di Indonesia, melainkan juga dunia. *Kimchi* dibuat dari sawi putih yang lalu difermentasikan

menggunakan berbagai macam bumbu seperti bubuk cabai, bawang putih, ikan asin, dan lainnya. *Kimchi* sendiri telah menjadi salah satu makanan Korea Selatan yang sangat populer oleh masyarakat global dan merupakan makanan nasional yang harus ada disaat memakan makanan apapun itu. Banyak manfaat yang di dapat dari memakan *Kimchi* untuk kesehatan karena proses fermentasi yang melarutkan berbagai jenis makanan laut dan acar serta sayuran. Kimchi biasanya disajikan sebagai lauk pendamping dalam hidangan korea. Makanan yang populer di korea ini memiliki rasa unik dan menjadi salah satu ikon kuliner korea yang populer.

b) *Tteobokki*



Gambar 2.3 Tteobokki

Sumber : Yoona.id

Salah satu yang menjadi alasan makanan ini populer di Indonesia karena sering terlihat di drama Korea akibatnya penonton drama korea secara tidak langsung menjadi penasaran dengan *tteokbokki*. Kepopulerannya di Indonesia bukan hanya karena sering muncul dalam drama Korea saja, tetapi rasanya juga dapat diterima oleh orang Indonesia. *Tteokbokki* adalah makanan olahan dari kue beras atau *tteok*. Kue beras kemudian disajikan ke dalam saus pedas yang pedas dan manis dapat berbentuk seperti batang ataupun silinder.

c) *Bulgogi* (Korean BBQ)



Gambar 2.5 Bulgogi (Korean BBQ)

Sumber : Grid.ID

Bulgogi merupakan masakan daging sapi yang sangat populer asal Korea. *Bulgogi* sendiri artinya “*bul*” adalah api dan “*gogi*” adalah daging. Jadi, *bulgogi* adalah daging panggang. Daging yang digunakan adalah bagian *sirloin* atau bagian daging yang bagus dari seekor sapi, bumbu dari bulgogi sendiri adalah campuran kecap asin dan juga gula ditambah rempah lain bergantung pada resep dan daerah di Korea.

d) *Bibimbap*

Bibimbap adalah hidangan Korea yang terkenal dan terdiri dari nasi yang ditutupi dengan berbagai sayuran, daging, telur, dan saus pedas gochujang. Secara harfiah, “*bibimbap*” berarti “nasi yang dicampur” dalam bahasa Korea.



Gambar 1: bibimbap

Sumber : Bisnis.com

Hidangan ini sering disajikan dalam sebuah mangkuk besar atau dengan berbagai bahan yang diatur secara estetis di atas nasi. Sayuran yang umum digunakan dalam bibimbap antara lain wortel, lobak, bayam, kecambah, dan labu.

Daging yang digunakan bisa berupa daging sapi, daging ayam, atau daging babi, tergantung pada preferensi dan variasi regional.

Salah satu elemen kunci dari bibimbap adalah gochujang, yaitu saus pedas khas Korea yang memberikan rasa pedas, manis, dan gurih pada hidangan ini. Biasanya, gochujang diaduk dengan nasi dan bahan-bahan lainnya sebelum dimakan, mencampurkan semua rasa menjadi satu.



Gambar 2.7 Bibimbap

Sumber : Tiktok @ftnnra

Bibimbap sangat populer di Korea dan juga diakui secara internasional sebagai salah satu hidangan khas Korea yang paling terkenal. Rasanya yang lezat, beragamnya bahan yang digunakan, serta tampilannya yang menarik, membuat bibimbap menjadi hidangan yang diminati dan sering dinikmati oleh banyak orang. Juga terdapat tren di aplikasi tiktok yaitu *bibimbap with friends* dimana orang-orang berpartisipasi di dalam sebuah video bersama teman-teman untuk membuat bibimbap dengan mencampur bahan seperti nasi, sayuran, telur ataupun daging tergantung kreativitas masing-masing. Bahkan salah satu akun tiktok yang mengikuti tren ini mencapai like hingga 1,1 juta *likes* dan 13 juta *viewers*.

I. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang relevan saat ini adalah :

Table 2.1 Penelitian terdahulu

No.	Nama, Judul dan Vol	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Karina Amaliantami, (2019) <i>Korean wave</i> dalam fanatisme dan kontruksi gaya hidup Generasi Z Vol 14	. Teori gaya hidup konsumtif oleh mike Featherstone (2011)	Deskriptif kualitatif.	Terdapat alur yang terbentuk dalam proses penafsiran Korean Wave yang dialami oleh Generasierasi Z. Berangkat dari rasa ingin tahu, kemudian proses tersebut berkembang menjadi timbulnya rasa ketertarikan terhadap Korean Wave. Tiga poin utama yang menjadi pokok penilaian mereka terhadap objek tersebut, yaitu, (1) visual, (2) konsep, dan (3) pengemasan..	Persamaan penelitian Karina Amaliantami dengan peneliti adalah sama sama melakukan penelitian tentang Generasi Z dan <i>Korean wave</i> .	Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif etnografi sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif fenomenologi.

No.	Nama, Judul dan Vol	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.	Mayang Riyantie, (2019) Konsep diri pecinta make up korea (studi fenomeologi konsep diri mahasiswa pecinta make up korea)	Teori pembelajaran sosial (social learning theory) oleh Albert Bandura (1977) yaitu teori dan cara belajar mengamati perilaku orang lain.	Deskriptif kualitatif.	Setiap infoman memiliki teknik <i>make up</i> Korea favorit yang berbeda satu dan lainnya, sama hal-nya dengan kepribadian atau konsep diri mereka. Setiap informan pada dasarnya memahami bagaimana diri mereka, kekurangan dan kelebihan mereka, dan dengan kesukaan mereka pada Korean Pop.	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu membahas korea dan juga Karena sama sama memakai metode penelitian fenomenologi.	Perbedaanya terdapat pada subjek yaitu penelitian membahas tentang makeup korea sedangkan peneliti membahas tentang makanan dan juga penelitian terahulu memakai teori pembelajaran sosial sedangkan peneliti menggunakan teori kontruksi realitas.
3.	FaZrian Noor Romadhon (2018) Hallyu : Tren Budaya Populer Drama Korea	Teori Modeling oleh Albert Bandura yaitu Teori ini secara sederhana menjelaskan	Deskriptif kualitatif.	para penonton amat sangat berperan aktif dalam memilih drama Korea sebagai media untuk memenuhi keinginan para penonton. Terbukti, para penonton masih banyak yang loyal untuk senantiasa menonton drama Korea	Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menjadikan korea sebagai subjek penelitiannya	Perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan

No.	Nama, Judul dan Vol	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
		bahwa para penonton meniru atas apa yang ditontonnya dari hasil observasi, peniruan, kemudian pemodelan.		hingga saat ini. Terlepas dari tujuan apapun, Hallyu melalui drama Korea sejatinya harus benar-benar dipilah dan dipilih mana yang sesuai dan mana yang tidak sesuai, agar budaya lokal setempat tidak lantas terabaikan hanya karena adanya budaya baru		
4.	Agnes Sandera Pangerti Regita & Katon Galih Setiawan, (2022) Kontruksi penggemar Rookie grup <i>kpop</i> Treasure terhadap pemanfaatan group	Teori kontruksi realitas oleh Peter L. Berger dan Thomas yaitu membahas proses bagaimana orang membangun pemahaman bersama mengenai makna	Deskriptif kualitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa, remaja sebagai fans group idol juga ingin mendapatkan perhatian lebih dari sang idola, namun kini sudah menyadari bahwa tujuan mereka adalah mendukung. Mereka juga sadar akan tugasnya sebagai pelajar dan melakukan hal ini	Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menjadikan korea sebagai subjek penelitiannya. Dan memiliki teori yang sama yaitu teori kontruksi realitas	Perbedaannya terdapat pada tema yang dibahas penelitan terdahulu membahas tentang penggemar <i>kpop</i> sedangkan peneliti membahas tentang makanan korea

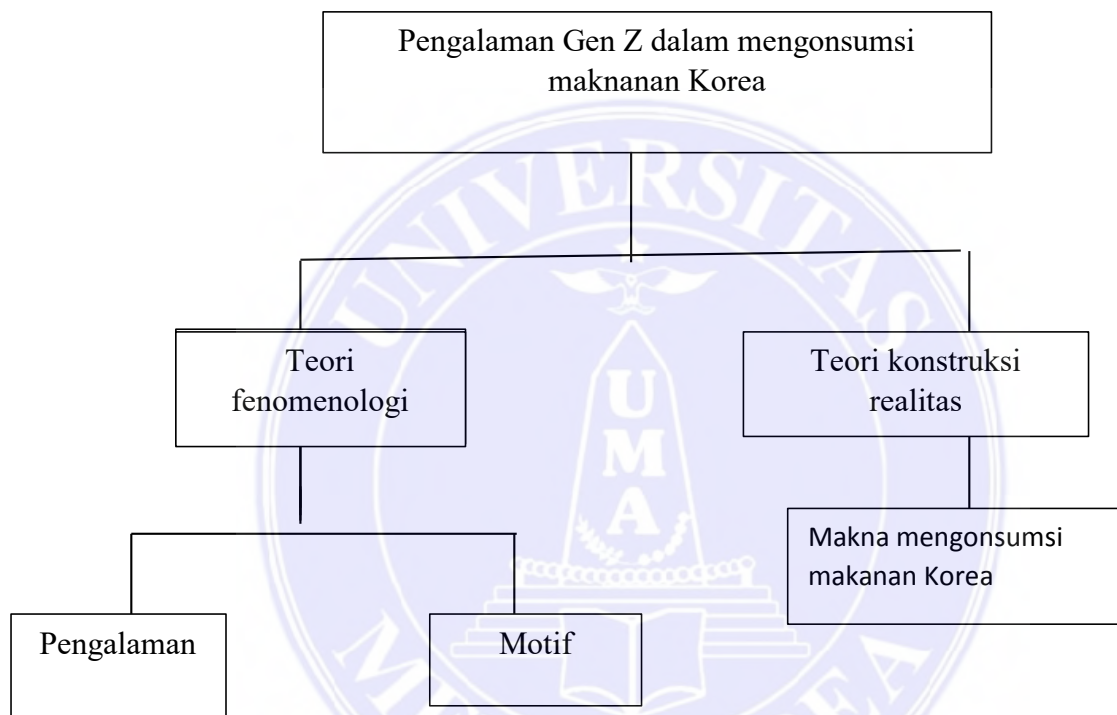
No.	Nama, Judul dan Vol	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	line “gift for Treasure” Vol 2 no. 2			sebagai hobby saja untuk mencari kesenangan dan juga mencari jaringan yang luas untuk berteman.		
5.	Ni Nyoman Dita Febriani Pratiwi, I Gusti Putu Bagus Suka arjawa & I Gusti Ngurah Agung Krisna Aditya (2022) Konstruksi Sosial Budaya Populer Korea Selatan pada Penggemar BTS ARMY Indonesia Amino (BAIA) Bali	Teori kontruksi realitas oleh Peter L. Berger dan Thomas	Deskriptif kualitatif	Konstruksi Hallyu atau Korean Wave pada anggota komunitas BAIA Bali melewati tiga proses dialektika ala Peter L. Berger dengan simpulan yakni, setiap narasumber melalui proses (1) eksternalisasi melalui media elektronik, sosial media, ketertarikan baru, dan hobi, (2) objektivasi melalui produk-produk sosial, kebiasaan baru, dan bahasa sebagai tanda	Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menjadikan korea sebagai subjek penelitiannya. Dan memiliki teori yang sama yaitu teori kontruksi realitas	Perbedaannya terdapat pada tema yang dibahas penelitan terdahulu membahas tentang penggemar <i>kpop</i> sedangkan peneliti membahas tentang makanan korea

No.	Nama, Judul dan Vol	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
				(sign), dan (internalisasi melalui penafsiran akan makna-makna yang BTS munculkan pada setiap karya mereka		
6.	Sabila Zahra (2019) Penggemar budaya <i>kpop</i> (studi mengenai ideologi penggemar budaya <i>kpop</i> pada fandom Ikonik pada kota Surabaya)	teori Cultural Studies John Storey. Yaitu teori yang dibangun oleh pemikir yang memandang produksi pengetahuan teoritis sebagai praktik politik.	Deskriptif kualitatif	Ideologi yang terbentuk dalam fandom Ikonik ditunjukkan dengan adanya berbagai rutinitas kegiatan fangirling baik secara individu maupun kelompok. Juga terlihat aktivitas konsumsi dari informan yang menunjukkan bahwa mereka semakin konsumtif serta cenderung ingin mengoleksi merchandise <i>kpop</i> , terutama pada produk Ikon	Persamaan dari penelitian ini adalah sama sama menjadikan korea sebagai subjek penelitiannya	Perbedaannya terdapat pada teori yang digunakan

No.	Nama, Judul dan Vol	Teori penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
7.	Maria Oktavianingtias & Istyakara Muslichah, (2021) Niat beli muslim pada makanan korea bersertifikasi halal di Indonesia	teori TPB (theory of planned behavior) oleh AjZen, 1991 yaitu menerangkan bahwa perilaku manusia ditentukan oleh niatnya untuk berperilaku.	Kuantitatif kuesioner	Penelitian ini ditujukan untuk membuktikan bahwa norma subjektif, persepsi kontrol, religiusitas dan sikap berpengaruh terhadap niat beli konsumen muslim pada makanan restoran bersertifikat halal MUI. Berdasarkan hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa norma subyektif di kalangan umat muslim Indonesia berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli	Memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti karena sama sama menjadikan makanan korea sebagai subjek dalam penelitian	Perbedaanya terdapat pada penelitian terdahulu menggunakan metode penelitian kuantitatif dan teori yang berbeda.

J. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran juga merupakan jalan pemikiran yang dapat menjawab suatu permasalahan yang dilandaskan oleh teori ataupun hasil penelitian sebelumnya. Kerangka pemikiran adalah penjelasan sementara terhadap segala sesuatu yang menjadi objek permasalahan yang dimana menggunakan argumentasi-argumentasi yang dapat dipertanggung jawabkan dan akhirnya menciptakan suatu kesimpulan.



Pengalaman generasi Z dalam mengonsumsi makanan Korea dapat dijelaskan dengan menggunakan teori fenomenologi, yang menekankan pada pemahaman subjektif individu terhadap pengalaman mereka. Dalam hal ini, teori fenomenologi melihat bagaimana generasi Z merasakan pengalaman mereka ketika pertama kali mencoba makanan Korea atau saat mereka menjelajahi berbagai jenis makanan Korea. Setiap individu mengalaminya secara unik, dipengaruhi oleh perspektif pribadi mereka. Selanjutnya, motif mengonsumsi makanan Korea, pengalaman itu mengarah pada motif tertentu. Motif di sini dapat berupa dorongan untuk mengikuti tren, rasa ingin tahu, keinginan untuk terhubung dengan teman

atau komunitas, hingga rasa takut ketinggalan (FOMO). Motif-motif tersebut memperlihatkan bahwa konsumsi makanan Korea oleh Gen Z tidak sekadar memenuhi kebutuhan biologis, tetapi juga berkaitan dengan aspek sosial, budaya, dan psikologis. Di sisi lain, makna mengonsumsi makanan Korea dapat dijelaskan dengan menggunakan teori konstruksi realitas sosial. Dalam teori ini, makna makanan Korea bukan hanya berasal dari pengalaman pribadi, tetapi juga dibentuk dan diterima bersama dalam kelompok sosial. Pengalaman pribadi yang diekspresikan melalui media sosial atau dalam interaksi sehari-hari berkontribusi pada pembentukan makna sosial yang lebih luas, sehingga makanan Korea menjadi simbol yang diterima dalam budaya generasi Z.

Berdasarkan bagan kerangka berpikir tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengalaman Gen Z dalam mengonsumsi makanan Korea merupakan fenomena sosial yang tidak hanya berkaitan dengan aktivitas makan, tetapi juga menyangkut proses pemaknaan yang kompleks. Melalui pendekatan fenomenologi, pengalaman individu dipahami secara subjektif, di mana setiap responden memiliki cara tersendiri dalam merasakan, menilai, dan memaknai makanan Korea. Aktivitas ini tidak hanya menghasilkan kepuasan rasa, tetapi juga menjadi bagian dari ekspresi diri dan pengalaman emosional yang berkesan.

BAB III

METEDOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci. Peneliti memilih metode kualitatif karena peneliti ingin menemukan, mempelajari dan memahami suatu fenomena yang tidak dapat ditemukan hanya dengan menggunakan asumsi maupun angka, peneliti juga terlibat langsung dalam situasi dan latar belakang fenomena yang diteliti serta memusatkan perhatian pada suatu peristiwa kehidupan sesuai dengan konteks penelitian (Sugiyono, 2021 : 18).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tradisi fenomenologi, sebagai mana diungkapkan oleh Deddy Mulyana yang dikutip dari bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif : “Metode penelitian kualitatif berbeda dengan metode penelitian kuantitatif dalam arti metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka atau metode statistik. Pembicaraan yang sebenarnya, isyarat dan tindakan sosial lainnya adalah bahan mental untuk analisis kualitatif. Meskipun penelitian kualitatif dalam banyak bentuknya seiring menggunakan jumlah penghitungan, penelitian tidak menggunakan nilai jumlah seperti yang digunakan dalam pengumpulan dan analisis data dalam eksperimen dan survey metode kualitatif bisa kritis dan empiris. Penelitian naturalistik adalah suatu metode empiris dalam arti ia menemukan bukti ada apa yang di alami alih-alih pada penalaran formal maupun analitik.” (Mulyana, 2010:150)

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana peneliti melakukan penelitian. Muchtar (2015:243) mengatakan bahwa lokasi penelitian adalah tempat penelitian akan dilakukan. Lokasi penelitian ini dilakukan adalah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

2. Waktu Penelitian

Table 3.1 Waktu penelitian

No	Kegiatan	Bulan							
		Sept – Des 2022	Jan – Feb 2023	Maret 2023	Agus – Okt 2023	Nov – Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024
1	Pengajuan judul dan bimbingan skripsi								
2	Seminar proposal								
3	Penelitian								
4	Penulisan dan bimbingan skripsi								
5	Seminar hasil								
6	Sidang meja hijau								

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini sumber data merupakan faktor yang sangat penting karena sumber data akan mempengaruhi hasil dari penelitian. Sumber data juga akan menjadi bahan pertimbangan dalam penentuan metode pengumpulan data. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara yang diperoleh melalui observasi dan wawancara.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan melalui studi literatur, dokumentasi, artikel maupun sumber-sumber lainnya yang dapat menunjang penelitian. Data sekunder juga dapat membantu peneliti untuk melengkapi sumber data primer.

D. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data berfungsi untuk membantu dalam kegiatan penelitian. Tujuannya agar kegiatan menjadi lebih sistematis. Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data diantaranya:

1. Wawancara mendalam

Wawancara yaitu percakapan antara dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab. Dalam wawancara biasanya diajukan pertanyaan-pertanyaan secara lisan yang di dalamnya mempunyai tujuan tertentu.

2. Observasi

Observasi adalah metode pengambilan data yang menggunakan pengamatan dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlain. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film, dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif (Sugiyono, 2021:314)

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian kualitatif instrumen utamanya adalah peneliti sendiri, namun selanjutnya setelah fokus penelitian menjadi jelas, maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen penelitian sederhana, yang

diharapkan dapat melengkapi data dan membandingkan dengan data yang telah ditemukan melalui observasi dan wawancara. Instrumen yang peneliti gunakan dalam proses penelitian ini yaitu berupa buku catatan dan handphone. Handphone sebagai alat perekam suara dan kamera. Buku catatan akan digunakan peneliti untuk mencatat hasil wawancara. Alat perekam digunakan ketika melakukan wawancara dan kamera digunakan untuk memfoto proses interaksi yang berlangsung antara peneliti dan informan.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan apabila data empiris yang diperoleh adalah data kualitatif berupa kumpulan berwujud kata-kata dan bukan rangkaian angka serta tidak dapat disusun dalam kategori-kategori/struktur klasifikasi. Data bisa saja dikumpulkan dalam aneka macam cara diantaranya observasi, wawancara, intisari dokumen, pita rekaman dan biasanya diproses terlebih dahulu sebelum siap digunakan tetapi analisis kualitatif tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan matematis atau statistika sebagai alat bantu analisis.

Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Ulber Silalahi, 2009: 339). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti:

1. Reduksi Data

Reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting yang sesuai dengan topik penelitian, mencari tema dan polanya, pada akhirnya memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Dalam

mereduksi data akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai dan telah ditentukan sebelumnya. Reduksi data juga merupakan suatu proses berfikir kritis yang memerlukan kecerdasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2021:249).

2. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, flowchart, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data dapat terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan mudah dipahami. Selain itu dalam penelitian kualitatif penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya namun yang sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami (Sugiyono, 2021:249).

3. Penarikan Kesimpulan

Menurut Sugiyono (2021:252) kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan perumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi

atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih belum jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas.

G. Keabsahan Data

keabsahan data dalam penelitian, sering hanya ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian-penelitian adalah, valid, reliabel dan obyektif. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan uji credibility, transferability, dependability, dan confirmability. (Sugiyono, 2021: 364).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Triangulasi sumber adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Generasi Z (Generasi Z), kelompok yang lahir pada pertengahan 1990-an hingga awal 2000-an, menunjukkan minat yang kuat dalam makanan Korea, yang mencerminkan perubahan dalam pola konsumsi makanan mereka. Pengalaman mereka dalam mengonsumsi makanan Korea mencakup lebih dari sekadar mencicipi rasa makanan. Diantaranya terdapat 3 kesimpulan dari pengalaman Generasi Z mengonsumsi makanan Korea, sebagai berikut :

1. Pengalaman Generasi Z dalam menjelajahi makanan Korea adalah cerminan dari ragam kebiasaan dan preferensi di antara mereka. Seperti halnya beberapa memilih untuk merasakan sensasi memasak sendiri dengan mengikuti resep online atau memanfaatkan makanan instan yang praktis. Sementara itu, yang lain lebih suka merasakan lezatnya makanan Korea melalui pembelian di restoran, kafe, atau menikmati makanan jalanan. Preferensi rasa dan cara mendapatkan makanan Korea juga dipengaruhi oleh tren media sosial dan gaya hidup yang berkembang di kalangan Generasi Z. Dengan demikian, setiap pengalaman mengonsumsi makanan Korea menjadi unik dan personal bagi setiap individu Generasi Z.
2. Motif utama Generasi Z dalam mengonsumsi makanan Korea adalah untuk mencari keunikan dan keaslian dalam pengalaman makan mereka. Mereka tertarik pada keberagaman rasa dan tekstur makanan Korea, yang sering kali berbeda dengan makanan lain yang biasa mereka konsumsi. Selain itu, konsumsi makanan Korea juga dapat menjadi cara bagi Generasi Z untuk mengekspresikan identitas mereka dan untuk memperluas jaringan sosial mereka
3. Makanan Korea bagi Generasi Z bukan hanya tentang rasa, tetapi juga tentang makna budaya yang lebih dalam. Makanan Korea sering kali dianggap sebagai simbol globalisasi, yang mencerminkan keinginan

mereka akan konektivitas global dan keberagaman budaya. Generasi Z sering kali memandang makanan Korea sebagai cara untuk mengeksplorasi budaya baru dan menciptakan pengalaman yang unik.

Secara keseluruhan, pengalaman Generasi Z dalam mengonsumsi makanan Korea mencerminkan perubahan budaya yang sedang terjadi dalam kelompok ini. Makanan Korea tidak hanya menjadi bagian dari pola konsumsi makanan mereka, tetapi juga menjadi bagian dari identitas dan ekspresi diri mereka.

B. Saran

Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab penutup peneliti mengemukakan saran yang sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Berikut saran yang peneliti berikan setelah meneiliti permasalahan ini

1. Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai preferensi makanan korea oleh Generasi Z
2. Peneliti berharap agar peneliti selanjutnya dapat menyelidiki tentang kandungan nutrisi dalam makanan korea
3. Peneliti berharap agar penelitian ini dapat memberikan dorongan untuk mempertimbangkan penggunaan label dan sertifikasi halal pada makanan Korea. Untuk mendorong pihak industri agar lebih transparan dan mengadopsi praktik-praktik yang mendukung kebutuhan konsumen yang berhati-hati.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd hadi (2021). Penelitian kualitatif. Jawa tengah : Pena persada
- Aldi Anggito & Johan Setiawan (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jawa Barat : CV Jejak
- Amalia Tamara, Ama Suyanto (2019). *Analisis faktor-faktor yang membentuk perubahan minatmkonsumen dari makanan tradisonal menjadi makanan Korea di Indonesia*: Universitas Langlangbuana
- AZZrimaidaliZa (2011). *Analisis pemilihan makanan pada remaja di kota Padang*. Universitas Andalas
- Creswell, John W (2019). *Reseach Design pendekatan Metode Kualitatif dan campuran* . Yogyakarta : pustaka belajar
- Deddy Mulyana. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Dillah Ratih, Amalia Ruhana, Nugrahani Astuti & Asrul Bahar (2022). *Alasan pemilihan makanan dan kebiasaan mengonsumsi makanan sehat pada mahasiswa Unesa Ketintang* : Universitas Negeri Surabaya
- Elen Surya Lupita Sari, Luthfiyah Nurlaela (2020). *Pengaruh Korean wave dan makanan korea terhadap Minat makan hidangan korea pada masyarakat kota Madiun* : Universitas Negeri Surabaya
- Hilaria Amisudra (2020). *Daya Tarik restoran Korea* : Universitas Teknologi Yogyakarta
- Ida Ri'aeni, Musiam Suci, Mega Pertiwi, Tias Sugiarti (2019). *Pengaruh budaya Korea (Kpop) terhadap remaja di kota Cirebon* : Universitas Muhammadiyah Cirebon

Karina Amaliantami putri, Amarudin, Mulyo Hadi Purnomo (2019). *Korean wave dalam fanatisme konstruksi gaya hidup generasierasi Z* : Universitas Diponegoro

Laksmi. (2012). *Interaksi, Interpretasi, dan Makna*. Bandung : karya Putra Darwati

Laura Christina LuZar (2015), Teori konstruksi realitas sosial : Universitas Binus

Nashirun (2020), Makanan halal dan haram dalam perspektif Al-Quran : Institute Agama Islam Muhammad Syafiuddin Sambas

Nikmah suryandari.(2019). *Komunikasi lintas budaya*. Surabaya : CV. Putra Media Nusantara

Noordiono (2016). *Karakter generasierasi Z dalam proses pembelajaran pada program srtudi akuntansi aktual* : Universitas Airlangga

Reyhan Wiratama (2018). *Konstruksi makna fanatisme bagi Squid Red Shield pada game Rising Force di Bandung* : Universitas Komputer Indonesia

Rosmita Dewi (2020). *Fenomena cinta pada remaja era Generasi Z di SMAN 01 perhentian raja*: Universitas Islam Riau

Sapto Haryoko. (2020). *Analisis data penelitian kualitatif*. Makassar : Badan penerbit UMN

Stillman, Jonah. (2021). *Generasierasi Z*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif* . Bandung: Alfabeta, CV.

Ummul Hasanah & Th. Avilla Rencidiptya (2020) . *Daya tarik menjamurnya restoran korea di Yogyakarta* : Universitas gajah mada

Sumber lain

Agnes Sandera Pangerti Regita & Katon Galih Setiawan (2022). *Konstruksi penggemar Rookie grup kpop Treasure terhadap pemanfaatan group line “gift for Treasure”*. Universitas Negeri Surabaya, Jawa Tengah

- faZrian Noor Romadhon (2018). *Tren budaya populer drama Korea*. Universitas Jendral Sudirman, Jawa Tengah
- Karina Amaliantami (2019). *Korean wave dalam fanatisme dan konstruksi gaya hidup Generasi Z*. Universitas Doponegoro, Semarang
- Maria Oktavianingtias & Istyakara Muslichah (2021). *Niat beli muslim pada makanan koreabersertifikasi halal di Indonesia*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta
- Mayang Riyanti (2019). *Konsep diri pecinta makeup korea (studi fenomenologi konsep diri mahasiswa make up korea)*. Universitas Bina Darma, Palembang
- Ni Nyoman Dita F.P, I Gusti Putu Bagus S.A & Gusti Ngurah Agung K., (2022). *Konstruksi budaya populer Korea Selatan pada komunitas penggemar BTS ARMY Indonesia Amino (BALA) Bali*. Universitas Udayana, Bali
- Sabila Zahra (2019) *Penggemar budaya kpop (studi mengenai ideologi penggemar budaya kpop pada fandom Ikonik pada kota Surabaya)*. Universitas Airlangga, Jawa Timur

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman observasi

Dalam melakukan penelitian, peneliti juga menggunakan pedoman observasi yang dirancang untuk mempermudah penelitian diantaranya adalah :

1. Meninjau secara langsung di beberapa lokasi restoran ataupun tempat menjual makanan Korea
2. Mengamati suasana restoran apakah memiliki unsur budaya khas Korea
3. Mengamati tingkah laku dan reaksi Generasi Z
4. Mengamati pilihan makanan yang dimakan oleh Generasi Z

Pedoman wawancara

1. Bagaimana awal mula anda menggenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya
5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?
8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
9. Apakah anda menganggap makanan korea sebagai tren gaya hidup atau lebih sebagai makanan sehari anda
10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?

Lampiran 2 Transkrip wawancara

Informan 1

Tanggal wawancara : 26 september 2023

Tempat : UINSU

Identitas informan 1

Nama : Radha Yasmin

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil wawancara

1. Bagaimana awal mula anda menggenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Awal pertama kali mengenerasial makanan korea itu pas nonton drakor gitu kan trus dari teman teman dan liat liat tren jadinya saya tertarik
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Pertama kali saya coba itu ttopoki, dan itu kan ada yang instan gitu tinggal kita masak sendiri pengalaman pertama kali masaknya kan ga ngerti ntah kek mana lah gitu rasanya tapi saya tetep suka sekali gagal coba lagi setelah itu coba lagi
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - Pasti lebih penGenerasilagi sih, kalau yang Samyang dan kimbab juga saya makin penasaran gitu
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya?
 - Kalau yang jadi favorit itu kimbab dan toppoki kalau kimbab kan dia karna rasanya lebih simple dan terlalu aneh tapi toppoki juga sama sih kalau yang ada di indomrt kita tinggal masak sendiri
5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba ?

- Kalau misalnya kaya kimbab itu kan rasanya hampir sama kaya sushi gitu kan bedanya Cuma di saus tapi makanan korea lebih cocok rasanya
- 6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Bagus ya,kita kan lebih jadi mengenerasial budaya lain cuman kan kalau untuk dari steril dan kehalalan itu kan penting gitu apalagi kita ini kan mahasiswa islam kan jadi harus di tengok lah kebersihannya dan kehalalannya gitu
- 7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?
 - Iya,karena kita beli itu kan tertarik karena iklannya kalau iklannya ga menarik gitu kan ngapain di beli trus dia diliat lah dari iklan itu dari apa apa aja strandart halalnya apa apa aja isinya
- 8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Iya bisa ,kalau missal kita punya temen nih yang suka sama drakor contohnya kek eh kau dah pernah makan ini belom sih, ini baru loh di korea kita coba yuk gitu
- 9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Kalau aku sih nganggepnya lebih ke treen gaya hidup gitu sih soalnya kan ga mungkin tiap hari kan kita makan kek gitu
- 10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?
 - Iya apalagi kita Generasi Z kan kalau kita makan itukan ga mungkin tengok yang tempat makannya udah jelek gitu kan ga bagus gitu kan pastinya kita cari tempat bagus dan spot fotonya bagus ala ala korea trus makanannya juga enak itu pasti jadi faktor utama kalau kita makan di restoran korea

Informan 2

Tanggal wawancara : 26 september 2023

Tempat : UINSU

Identitas Informan 2

Nama : Hotmayjar Ardilla Dalimunthe

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil Wawancara

1. Bagaimana awal mula anda menggenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Awal mula kenal makanan korea itu dari media sosial sih, tertarik karna warna makanannya ngejreng dan buat selera
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Kimbab, rasanya itu simple cocoklah untuk makanan kita anak kost
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - Lebih ke penasaran penGenerasi coba coba makan tapi tapi ga sering
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya?
 - Favoit saya masih kimbab sih
5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba?
 - Pendapat saya cita rasanya nya beda ada khas tertentu
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Menurut saya sih boleh ngikutin tren cuman kaya lebih hati hati lagi lebih was was lagi kita kan ga tau bahannya itu halal apa engga apalagi kita sebagai mahasiswi islam jadi harus lebih aware lagi
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?

- Ada, saya sering melihat iklan makanan korea jadi tertarik untuk mencobanya
- 8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Tergantung kalau ke keluarga itu responnya negative soalnya kek ah apa itu lebih enak lagi makanan kita, kalau ke temen ya bias jadi itu juga kalau dia yang hobi hobi korea itu bisa kalau yang engga ya enggalah
- 9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Tren gaya hidup sih karna dia unik
- 10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?
 - Iya karena nuansa nya itu kaya lebih estetik gitu trus kaya lebih bagus dari pada tempat makan yang biasanya

Informan 3

Tanggal wawancara : 26 september 2023

Tempat : UINSU

Identitas informan 3

Nama : Nur Samaniatun Dalimunthe

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil wawancara

1. Bagaimana awal mula anda mengenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Awal mula tertarik itu dari tiktok ya, dari salah satu tiktokers favorit aku nanakoot disitu dia makan tteoboki kok enak banget gitu ya jadinya aku penasaran jadi nyobain
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Yang pertama kali itu ttebokki rasanya enak banget bikin nagih trus disitu aku belinya yang instan persis sama merek yang ada di tiktok dan

aku juga udah nyobain ttoboki yang ada di street food dan rasanya juga enak

3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - Iya dong, aku juga penasaran sama makanan korea yang lain yang aku cobain sih ada jajangmyeon udon, kimchi dan of course tteoboki hamper semuanya aku enak,emm shin ramyeon juga aku suka rasanya mie nya tebal gurih dan pedes juga
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya?
 - Tteobokki karena rasanya cocok
5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba ?
 - Hampir semua makanan korea aku suka rasanya itu gurih pedes dan cocok di lidah aku, aku juga suka banget makanan yang teksturnya kenyal dan pedes kek tteoboki
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Aku sendiri sih suka dengan populernya makanan korea di kalangan Generasi Z ini karena dapat mencoba makan makanan yang beragam yang berasal dari budaya lain oiya yang ga kalah penting tentang label halal ya harus diperhatikan ya makanan itu ada label halalnya atau tidak
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?
 - Tentu, aku juga pertama kali tertarik makanan korea tiktok ya, salah satu tiktokers yang aku suka meriview tteoboki itu dan aku beli juga dengan merek yang sama
8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Tentu, aku juga beberapa kali melihat konten tiktok mukbang makan makanan korea dengan teman,

9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Lebih ke mungkin tren gaya hidup sih saya belinya juga waktu kepenGenerasiaja makan makanan korea
10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?
 - Tentu ya dekorasi korea di restoran korea dapat dikatakan sebagai identitas karena dapat mencerminkan budaya korea itu sendiri dan tentu saja itu membuatnya jadi menarik

Informan 4

Tanggal wawancara : 19 Desember 2023

Tempat : UINSU

Identitas informan 3

Nama : Annisa Rambe

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil wawancara

1. Bagaimana awal mula anda mengenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Awal mula tau makanan korea sih dari drakor ya dari drama yumi cell ada adegan dia makan tteobokki sampai dia kesenangan gitu trus dari situ saya penasaran kan ya rasanya, trus saya coba beli dari gofood
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Yang pertama kali ya tteoboki rasanya enak cocok di lidah saya kenyel kenyel trus pedas
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - Penasaran pastinya karna kan yang pertama enak, mau coba makanan yang lain kaya jajangmyeon ataupun kimchi yang banyak di drakor

drakor , masak sendiri juga pernah sih ttopokki instan beli di indomart
tapi saya lebih suka beli yang langsung masak langsung jadi gitu

4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda?
Dan mengapa anda menyukainya?
 - Favorit sebenarnya banyak ttopoki atau ada restoran yang pernah saya kunjungi jinja chicken disitu saya mencoba Korean fried chicken nya dan rasanya wahh dengan keju lumer walaupun harganya sedikit mahal but worth it saya suka banget
5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba?
 - Kalau soal rasa dan tekstur makanan dari budaya lain yang pernah saya coba makanan jepang kaya takoyaki aaupun sushi api saya rasa makanan korea lebih banyak bumbu dan rempah
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Pandangan saya sebagai mahasiswa islam ya harus lebih aware aja soal label halal dan komposisinya
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?
 - Iya dong komunikasi berperan untuk memperkenalkan, mempromosikan dan mempopulerkan makanan korea, kan berpengaruh banget ya dari media sosial , tiktok misalnya apalagi Generasi Z cukup aktif bermain sosial mediam
8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Bisa banget, saya juga ingin mencoba makan samgyeopsal dengan teman teman saya pasti seru ya seperti di drama drama yang saya tonton
9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Makanan korea lebih ke tren gaya hidup menurut saya , tapi kalau makan sekali kali masih bisa tapi kalau sehari hari sepertinya tidak saya terlalu menyukai makanan Indonesia

10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?

- Tentu saja, nuansa dekorasi restoran korea membuat suasana yang khas gitu kek ngerasa lebih dekat sama budaya korea

Informan 5

Tanggal wawancara : 26 september 2023

Tempat : UINSU

Identitas informan 5

Nama : Regi Armilla

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil wawancara

1. Bagaimana awal mula anda menggenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Awal saya tertarik mencoba makanan korea yaitu karena saya suka drakor dan akhirnya di momen drakor itu ada scene dimana mereka itu lagi makan gitu, trus akhirnya saya tertarik untuk mencoba makanan korea
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Makanan korea yang pertama saya coba itu kimchi, menurut saya rasanya cocok dilidah saya secara pribadi
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - Iya, walaupun pembuatannya itu rumit jadi saya membuatnya sendiri bukan membelinya instan seperti di supermarket gitu
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya ?
 - Favorit saya itu kimchi dan topoki karna rasanya cocok dilidah saya karena berkuah dan gurih gitu

5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba?
 - Makanan dari budaya lain yang sudah pernah saya coba itu dari jepang, kalau jepang kan rasanya kaya fresh gitu, kalau korea kan itu kan rasanya bumbunya lebih kuat dan mereka lebih banyak berkuah kuah gitu
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Kalau saya pribadi sih biasa biasa saja, Cuma untuk kita terutama mahasiswa Bergama islam tentu harus memperhatikan halal atau non halalnya makanan tersebut jadi ketika kita mencoba makanan korea yang lagi tren nih biasa kan fomo di kalangan Generasi Z itu ya harus pandai pandai memilih komposisinya apa apa aja tapi kalau seandainya mengandung komposisi non halal itu harus diperhatikan juga, jangan Cuma di coba gitu
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?
 - Melihat sih, kan di kalangan yang apa apa ngetren gitu kebanyakan orang orang fomogiu, itu mempengaruhi sih intinya membuat penasaran lah sama rasanya gara gara iklan kita tertarik untuk mencoba produknya
8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Tentu, misalnya saya suka nih kimbab atau kimchi saya bakalan mempromosikan sama temen temen kek kelen coba ini lah enak loh ngasi tau gitu, dan pernah bareng juga makan makanan bertiga ada kimchi dan banyak lainnya karena khusus makanan korea jadi lumayan banyak anak muda yang makan makanan disitu
9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Kalau saya pribadi sih lebih ke tren gaya hidup ya, karena saya penasaran penGenerasinyaoba sesuatu hal yang baru

10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?

- Tentunya iya, karena menurut saya makanan korea itu lebih bersih ga tau kenapa penyajiannya tata letak dekorasinya menarik gitu jadi ada suasana baru jadi makin tinggilah rasa tertarik itu.

Informan 6

Tanggal wawancara : 28 november 2023

Tempat : UINSU

Identitas informan 6

Nama : Susanti Jambak

Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil wawancara

1. Bagaimana awal mula anda menggemakan makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Pertama itu dari drama korea sih ada segmennya itu mereka makan makanan khas korea jadi nya saya tertarik
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Pengalaman pertama sih toppoki ya rasanya kaya kurang masuk lidah saya
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - Tertarik sih engga terlalu ya tapi kalau mencobanya untuk memasak sendiri bisalah karna itu kan tergantung selera kita kalau memasak sendiri
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya ?
 - Samyang sih, karna indomie gitu kan mirip rasanya ga terlalu beda jauh sama yang di Indonesia

5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba ?
 - Kalau makanan korea bumbunya terlalu medok
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Terutama itu harus di perhatikan kali sih, karna kan sekarang makanan korea kan banyak mengandung babi jadi harus hati hati dalam memilih
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?
 - Pernah itu saya liat dari iklan siwon ya yang memperkenalkan produk korea, siwon itu juga kan termasuk salah satu actor yang terkenal di Indonesia ini jadi salah satunya sih gara gara dia juga jadi penasaran gitu
8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Bisa juga , karna kan kalau misalnya pergi ke Lawson itu bisa berinteraksi memperkenalkan gitu gimana makanan kesukaan sambil ngobrol ngobrol
9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Lebih ke hal baru sih penasaran jadi tren dominannya
10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?
 - Penting sih kan kalau misalnya suasana nya kek bersih rame, trus menarik gitu pasti orang orang kek enak lah disini sambil foto foto kek ikut tren gitu lah

Informan 7

Tanggal wawancara : 28 November 2023

Tempat : UINSU

Identitas informan 7

Nama : Desi Ratna Sari

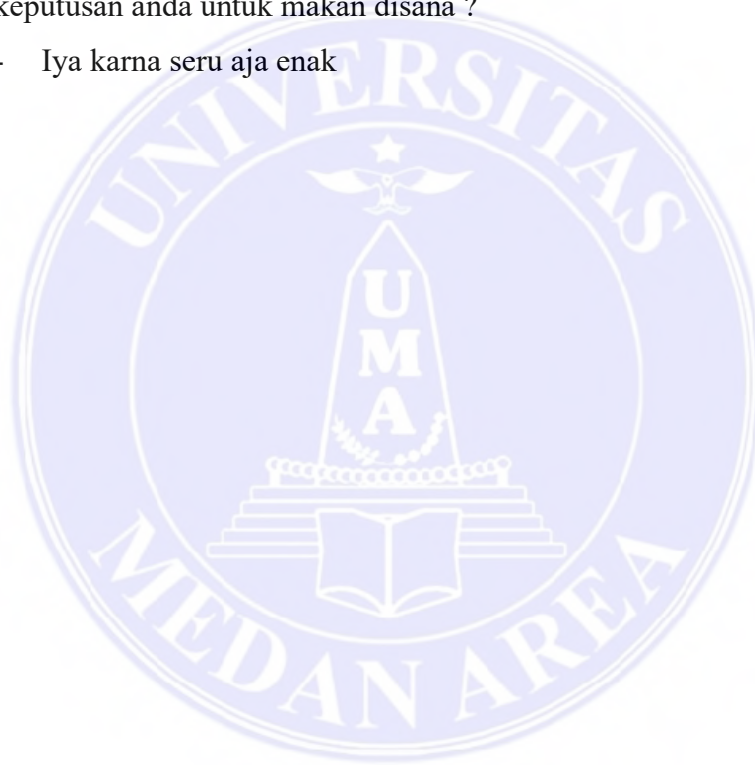
Jenis kelamin : Perempuan

Status : Mahasiswa

Hasil wawancara

1. Bagaimana awal mula anda menggenerasial makanan korea? Apakah ada pengalaman ataupun momen khusus yang membuat anda tertarik untuk mencobanya ?
 - Awalnya dari vlogger tiktok sih ada namanya denna jadi tertarik mencobanya
2. Apa makanan korea yang pertama kali anda coba ? dan bagaimana pengalaman anda saat mencobanya ?
 - Samyang, tapi kurang si kalo Samyang ya gak cocok aja masi lebih cocok indomie
3. Apakah anda merasa penasaran dan ingin mencoba lebih banyak makanan korea setelahnya atau mencoba untuk memasak sendiri?
 - PenGenerasicoba lebih banyak lagi karna penasaran aja sih
4. Apa saja makanan korea yang sudah anda coba dan menjadi favorit anda? Dan mengapa anda menyukainya?
 - Makanan Lawson rasanya cocok
5. Bagaimana pendapat anda tentang rasa dan tekstur makanan korea dibandingkan budaya lain yang sudah pernah anda coba ?
 - Kalau disuruh milih masi okean mana ya tentu produk lokal ya
6. Bagaimana pandangan anda sebagai seorang mahasiswa terutama di universitas islam tentang makanan korea di kalangan Generasi Z?
 - Lebih berhati hati aja sih milih yang mana yang halal yang mana yang engga
7. Apakah anda melihat peran komunikasi seperti iklan promosi dalam mempengaruhi pilihan makanan korea anda ?

- Seperti di tiktok nih enak penGenerasinyoba tertarik iklan di tiktok
- 8. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Untuk ini aja sih kalau ngumpul ngumpul cobain hal hal yang barudengan teman teman jangan asik yang lokal aja
- 9. Menurut anda apakah makanan korea bisa menjadi salah satu sarana anda untuk berinteraksi antara sosial teman ataupun keluarga?
 - Tren gaya hidup karna fomo .
- 10. Apakah nuansa ataupun dekorasi restoran korea memiliki peran dalam keputusan anda untuk makan disana ?
 - Iya karna seru aja enak



Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian

Wawancara dengan informan penelitian



Gambar 5.1 Melakukan wawancara dengan informan Radha Yasmin, 26 September 2023



Gambar 5.2 Melakukan wawancara dengan informan Hotmayjar Ardilla, 26 September 2023



Gambar 5.3 Melakukan wawancara dengan informan Nur Samaniatun Dalimunthe, 26 September 2023



Gambar 5.4 Melakukan wawancara dengan informan Anissa Rambe, 19 Desember 2023



Gambar 5.5 Melakukan wawancara dengan informan Regi Armilla, 26 September 2023



Gambar 5.6 Melakukan wawancara dengan informan susanti jambak, 28 November 2023



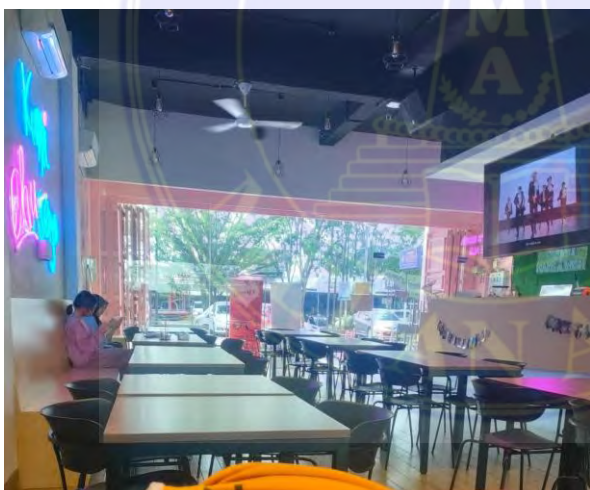
Gambar 5.7 Melakukan wawancara dengan informan Desi Ratna Sari, 28 November 2023

Dokumentasi Lapangan



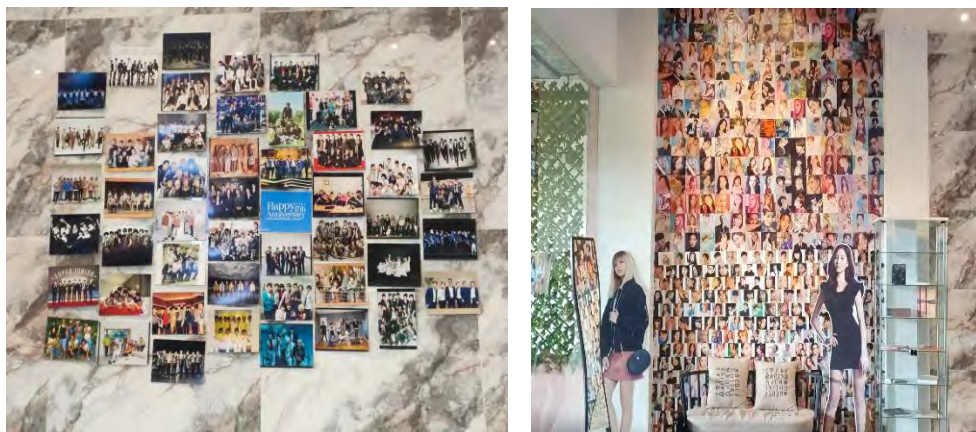
Gambar 5.8 Standee Blackpink, 2023

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 5.9 Suasana Kopi Chuseyo, 2023

Sumber : Dokumentasi Penulis



Gambar 5.10 Photocard Kpop, 2023

Sumber : Dokumentasi Penulis



Lampiran 4 Lembaran Permohononan Pengambilan Data

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate/Jalan PBSI Nomor 1 ☎ (061) 7306576, 7300160, 7304348, 7306781, Fax (061) 7300938 Medan 20223
Kampus II : Jalan Seiabadi Nomor 79 / Jalan Sei Sarayu Nomor 70 A, ☎ (061) 8201994, Fax (061) 8220331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-mail: umaw_medan@uma.ac.id

Nomor : 2023/FIS.3/01.10/XI/2023 21 November 2023
Lamp : -
Hal : Pengambilan Data/Riset

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial UINSU
Di
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan rekomendasi dan kesempatan kepada mahasiswa kami dengan data sebagai berikut :

Nama : Aprily Oktaviani
NIM : 198530112
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Untuk melaksanakan Pengambilan Data/Riset ke **Fakultas Ilmu Sosial UINSU** dengan judul Skripsi **Pengalaman Gen Z Dalam Mengonsumsi Makanan Korea (Studi Fenomenologi Mengenai Pengalaman Gen Z Dalam Mengonsumsi Makanan Korea)**

Perlu kami sampaikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, ini merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area

Selanjutnya kami mohon kiranya dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan surat keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi/lembaga yang Bapak/Ibu pimpin

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Zulfah Juliana Hasibuan, M.Si

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip

Lampiran 5 Lembaran Selesai Pengambilan Data

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL
Jl. Lap. Golf No.120, Kp. Tengah, Kec. Pancur Batu,
Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20353
www.fis.uinsu.ac.id

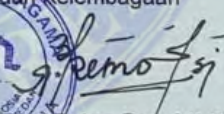
SURAT KETERANGAN
No: B.3757/Un.11/IS.I/KS.02/12/2023

Yang bertandatangan di bawah ini Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan
Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan, menerangkan bahwa :

Nama : Aprily Oktaviani
NIM : 198530112
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Medan Area

Yang bersangkutan telah selesai melakukan pengambilan data guna
penyusunan skripsi di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan dengan Judul
"Pengalaman Gen Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea (Studi Fenomenologi
Mengenai Pengalaman Gen Z dalam Mengonsumsi Makanan Korea)".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan
sebagaimana mestinya.

Medan, 05 Desember 2023
An. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan

Dra. Retno Sayekti, MLIS.
NIP. 19691228 199503 2 002

Tembusan
- Dekan Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara