

Frekuensi konsumsi dan kontribusi zat gizi makro jajanan Korea di pusat kuliner Yogyakarta

Consumption frequency and nutritional contribution of Korean snacks in culinary centers in Yogyakarta

Hesti Khofifah¹, Cita Eri Ayuningtyas², Khairunisa Ramadhani¹

¹Prodi Gizi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta

²Prodi Bisnis Jasa Makanan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

ABSTRACT

Background: The trend of Korean snacks in Indonesia is making people more consumptive. This is influenced by the Korean wave through the popularity of K-Pop and K-drama artists from social media platforms. The increasing consumption pattern of Korean snacks has made people less aware of the frequency limits of consumption and the nutritional content of Korean snacks. **Objectives:** This study aims to see the difference between consumption frequency and nutritional intake and analyze the nutritional contribution of Korean snacks to visitors to culinary centers in Yogyakarta. **Methods:** This research is a quantitative descriptive design study with a cross-sectional approach involving 110 subjects with an average age of 18-30 years. Subject selection used the accidental technical sampling method. The questionnaire using the SQ-FFQ has been validated in previous research. The frequency of consumption of Korean snacks is categorized into three, namely rarely (1-3x/month), sometimes (1-2x/week), and often ($\geq 3x/week$). Data collection was carried out by distributing questionnaires directly at the research location. Data analysis used univariate and bivariate analysis with the one-way ANOVA test. **Results:** The characteristics of respondent are that the majority are female (89.1%). The largest consumer age group is 21-30 years on average (56.3%). The distance from residence and location from the culinary center is mostly in the distance category > 3 km (63.6%). There were contributions of energy (44.5%), carbohydrates (64.5%), protein (73.6%), and fat (67.3%) from Korean snacks that exceeded the intake limit. There is a significant difference between consumption frequency and nutritional intake of Korean snacks ($p < 0.05$). **Conclusions:** Frequency of consumption shows a significant difference between the contribution of energy and macronutrients. The contribution of nutrients to visitors was found to still exceed the limit for food intake from snacks.

KEYWORDS: *culinary; Korean snacks; nutritional contribution*

ABSTRAK

Latar belakang: Tren jajanan Korea di Indonesia membuat masyarakat lebih konsumtif. Hal tersebut dipengaruhi oleh *Korean wave* melalui popularitas artis K-Pop dan K-drama dari *platform* media sosial. Pola konsumsi yang meningkat pada jajanan Korea membuat masyarakat kurang menyadari terhadap batas frekuensi konsumsi dan kandungan zat gizi yang ada pada jajanan Korea. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan antara frekuensi konsumsi dengan asupan zat gizi dan menganalisis kontribusi zat gizi dari jajanan Korea pada pengunjung pusat kuliner di Yogyakarta. **Metode:** Penelitian ini merupakan penelitian desain deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional* yang melibatkan 110 subjek dengan rerata usia 18-30 tahun. Pemilihan subjek menggunakan metode *accidental techic sampling*. Kuesioner menggunakan SQ-FFQ telah divalidasi pada penelitian sebelumnya. Frekuensi konsumsi jajanan Korea dikategorikan menjadi tiga, yaitu jarang (1-3x/bulan), kadang-kadang (1-2x/minggu), dan sering ($\geq 3x/minggu$). Pengambilan data dilakukan dengan menyebar kuesioner secara langsung di lokasi penelitian. Analisis data menggunakan analisis univariat dan bivariat dengan uji *one-way ANOVA*. **Hasil:** Karakteristik responden yaitu mayoritas berjenis kelamin perempuan (89,1%) dan rerata usia 21-30 tahun (56,3%). Jarak tempat tinggal dan lokasi dari pusat kuliner paling banyak ada pada kategori jarak lebih dari 3 km (63,6%). Kontribusi energi (44,5%), karbohidrat (64,5%), protein (73,6%), dan lemak (67,3%) dari jajanan Korea ditemukan melebihi batas asupan makanan selingan/jajanan. Frekuensi konsumsi jajanan Korea berbeda signifikan terhadap asupan zat gizi makro ($p < 0,05$). **Simpulan:** Frekuensi konsumsi menunjukkan perbedaan yang bermakna antara kontribusi energi serta zat gizi makro. Kontribusi zat gizi pada pengunjung ditemukan masih berlebih dari batas asupan makanan yang berasal dari jajanan.

KATA KUNCI: *kuliner; jajanan Korea; kontribusi zat gizi*

Korespondensi: Khairunisa Ramadhani, Prodi Gizi, Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan, Jl. Prof. DR. Soepomo Sh, Warungboto, Kec. Umbulharjo, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), Indonesia, e-mail: khairunisa.ramadhani@gizi.uad.ac.id

Cara sitasi: Khofifah H, Ayuningtyas CE, Ramadhani K. Frekuensi konsumsi dan kontribusi zat gizi makro jajanan Korea di pusat kuliner Yogyakarta. Jurnal Gizi Klinik Indonesia. 2024;21(2):51-59. doi: 10.22146/ijcn.97123

PENDAHULUAN

Pengaruh *Korean wave* atau *hallyu* melalui popularitas artis K-Pop, K-drama, dan *influencer* dari berbagai macam *platform* media sosial sangat berdampak pada kehidupan masyarakat Indonesia [1]. Hal ini juga berpengaruh terhadap perubahan minat kuliner jajanan Korea. Tren jajanan Korea di Indonesia membuat masyarakat lebih konsumtif terhadap makanan yang berasal dari negeri ginseng tersebut. Penyebaran tren jajanan Korea di Indonesia cukup pesat khususnya di daerah Yogyakarta yang menarik minat banyak pengunjung terutama generasi muda. Jajanan Korea di Yogyakarta kini banyak ditemui di pusat kuliner seperti Alun-Alun Kidul, *Sunday Morning*, dan *food court*. Berdasarkan laporan Dinas Pariwisata Yogyakarta tahun 2020, pengunjung pusat wisata seperti Alun-Alun Kidul dalam 1 tahun sebanyak 657.203 wisatawan yang berasal dari mancanegara maupun domestik [2]. Hal tersebut menjadi peluang semakin dikenalnya jajanan Korea di daerah Yogyakarta.

Jajanan Korea yang umum dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu *tteokbokki*, *jajangmyeon*, *ramyeon*, *kimbap*, *odeng*, *corndog*, dan lain sebagainya. Beberapa jenis makanan tersebut digolongkan sebagai *vended street food* (VSF) yang dijual di luar ruangan oleh pedagang kaki lima [3]. Cita rasa pedas, warna yang menarik, dan rasa asin gurih dari jajanan Korea mudah diterima oleh lidah orang Indonesia dan semakin digemari [4]. Berdasarkan bahan dasarnya, makanan Korea mengandung karbohidrat dan lemak yang tinggi karena kebanyakan berbahan dasar nasi, tepung, minyak, dan beberapa bahan nabati [5]. Pola konsumsi yang meningkat pada jajanan Korea membuat masyarakat kurang menyadari terhadap batas frekuensi konsumsi dan kandungan gizi. Asupan berlebihan dari jajanan ini menjadi perhatian khusus bagi kesehatan, terutama terkait dengan risiko dislipidemia, obesitas, dan penyakit degeneratif lainnya [6].

Frekuensi konsumsi jajanan Korea pada pengunjung pusat kuliner di Yogyakarta menjadi topik yang menarik untuk diteliti. Mengingat sisi negatif dari jajanan yaitu apabila dikonsumsi secara berlebihan maka akan menyebabkan kelebihan asupan yang akan berdampak kepada kesehatan. Beberapa penelitian lain telah melaporkan terkait frekuensi konsumsi jajanan

Indonesia yang lebih banyak berfokus pada anak sekolah dan kontribusi zat gizi makro lain seperti energi-protein saja [7,8]. Namun, gambaran tentang frekuensi konsumsi dan kontribusi asupan energi serta zat gizi makro (karbohidrat, protein, dan lemak) khususnya pada jajanan Korea di pusat kuliner Yogyakarta masih terbatas. Padahal popularitas jajanan Korea semakin tinggi di Indonesia dan sebagian masyarakat kurang memperhatikan asupan. Penelitian terdahulu menemukan bahwa hanya ada 17% konsumen jajanan Korea yang selalu memperhatikan nilai gizi produk [9]. Dengan demikian, perlu dipertimbangkan apakah frekuensi konsumsi jajanan Korea memiliki kontribusi yang signifikan terhadap asupan zat gizi pengunjung. Data tentang frekuensi konsumsi dan kontribusi zat gizi dapat dijadikan dasar untuk strategi promosi makanan sehat dan peningkatan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pola makan yang seimbang guna meningkatkan derajat kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perbedaan antara frekuensi konsumsi dengan asupan zat gizi dan menganalisis kontribusi zat gizi yang didapatkan dari jajanan Korea. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang pola konsumsi jajanan Korea dan implikasinya terhadap kesehatan sehingga dapat dijadikan acuan bagi para *stakeholder* dalam menyusun kebijakan kesehatan masyarakat yang lebih baik.

BAHAN DAN METODE

Desain dan subjek

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kuantitatif dengan pendekatan *cross-sectional*. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum mengenai frekuensi konsumsi jajanan Korea dan kontribusi energi serta zat gizi makro dari jajanan tersebut pada pengunjung pusat kuliner di Yogyakarta dalam satu waktu tertentu. Tempat dan waktu penelitian dilaksanakan di pusat kuliner Yogyakarta yaitu Alun-Alun Kidul dan *Sunday Morning* Universitas Gadjah Mada (UGM) yang dilakukan pada bulan Desember 2023 sampai Februari 2024. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan dengan *purposive* atau sengaja yang mempertimbangkan beberapa faktor, yaitu di Alun-Alun Kidul tidak pernah

sepi dan berdasarkan survei pendahuluan didapatkan bahwa pedagang jajanan Korea banyak serta beragam. Selain itu, Alun-Alun Kidul juga merupakan tempat ikonik Yogyakarta yang diminati oleh pengunjung domestik maupun mancanegara. Di Alun-Alun Kidul terdapat kurang lebih 27 pedagang yang menjajakan makanan Korea dan rerata jumlah pengunjung Alun-Alun Kidul tiap bulan mencapai 235.562 pengunjung. Lebih lanjut, pemilihan *Sunday Morning* UGM juga merupakan tempat yang tidak pernah sepi pengunjung dan jumlah pedagang yang besar yaitu kurang lebih 900 pedagang. Selain itu, *Sunday Morning* UGM juga mengalami penutupan selama tiga tahun akibat COVID-19 dan baru dibuka kembali pada bulan Januari 2024. Hal tersebut meningkatkan antusias pengunjung untuk mengunjungi *Sunday Morning* UGM dan pedagang juga semakin beragam.

Pengambilan sampel dilakukan sebanyak delapan kali dalam satu bulan, setiap hari Sabtu dan Minggu di Alun-Alun Kidul. Sementara di *Sunday Morning* UGM sebanyak empat kali pengambilan data di hari Minggu selama satu bulan. Pengambilan data di hari Sabtu dan Minggu karena pusat kuliner lebih ramai di hari *weekend* dan *Sunday Morning* UGM hanya buka di hari Minggu. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *accidental technic sampling* yaitu responden dipilih berdasarkan yang bersedia dan berada di lokasi penelitian serta memenuhi kriteria yang telah ditetapkan. Lebih lanjut, penelitian ini melibatkan 110 subjek yang telah memenuhi kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi meliputi konsumen jajanan di pusat kuliner Yogyakarta, usia lebih dari 17 tahun, bersedia mengisi dan mengikuti penelitian secara lengkap. Sementara untuk kriteria eksklusi yaitu pengunjung yang tidak bersedia memberikan informasi terkait pola konsumsi jajanan Korea. Penelitian ini telah mendapatkan kelaikan etika penelitian dari Komite Etik Penelitian Universitas Ahmad Dahlan (KEP UAD) dengan nomor EC 0123123121.

Pengumpulan dan pengukuran data

Jajanan Korea. Jajanan Korea bermacam-macam jenisnya. Berdasarkan studi pendahuluan yang telah dilakukan, jajanan Korea yang paling banyak diperjualbelikan di Alun-Alun Kidul dan *Sunday Morning*

UGM yaitu *tteokbokki*, *ramyeon*, *odeng*, *kimbab*, *jjangmyeon*, *corndog*, *bungeoppang*, *korean mochi*, *rabbokki*, dan *bimbimbap*. Dengan demikian, pada instrumen *semi quantitative-food frequency questionnaire* (SQ-FFQ) hanya tercantum makanan-makanan tersebut. Hal ini juga mempertimbangkan kepopuleran makanan tersebut seperti *ramyeon* dan *tteokbokki* menjadi makanan populer di kalangan generasi muda [10]. Berat dan porsi untuk masing-masing sajian dari jajanan Korea sebagai berikut: *tteokbokki* = 180 g (1 mangkok sedang), *ramyeon* = 120 g (1 mangkok sedang), *odeng* = 250 g (1 potong), *kimbab* = 120 g (5 potong sedang), *jjangmyeon* = 265 g (1 mangkok sedang), *corndog* = 80 g (1 potong), *bungeoppang* = 100 g (1 potong), *korean mochi* = 50 g (1 potong), *rabbokki* = 250 g (1 mangkok sedang), dan *bimbimbap* = 300 g (1 mangkok sedang).

Frekuensi konsumsi. Variabel independen penelitian ini yaitu frekuensi konsumsi jajanan Korea yang diukur menggunakan kuesioner baku SQ-FFQ yang telah tervalidasi dan diuji pada penelitian sebelumnya. Wawancara dengan SQ-FFQ dilakukan untuk mengetahui gambaran kebiasaan pola konsumsi dan kontribusi zat gizi makro seperti karbohidrat, protein, dan lemak dari jajanan Korea dalam kurun waktu satu bulan terakhir. Frekuensi konsumsi jajanan Korea dikategorikan menjadi tiga, yaitu jarang (1-3x/bulan), kadang-kadang (1-2x/minggu), dan sering ($\geq 3x$ /minggu) [11]. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mengambil data SQ-FFQ yaitu menyebarkan kuesioner SQ-FFQ ke lapangan, merekap data ke dalam *Microsoft Excel*, dan mengkonversi ukuran rumah tangga (URT) ke dalam satuan gram (g) per hari. Adapun cara dalam pengkonversian URT ke dalam satuan g per hari yaitu dengan mengalikan antara berat per porsi jajanan dengan frekuensi konsumsi selama satu bulan lalu dibagi dengan jumlah hari pada bulan pengambilan data yaitu bulan Januari (31 hari). Jika frekuensi konsumsi per minggu maka dibagi dengan jumlah hari dalam satu minggu yaitu tujuh hari. Berikut adalah contoh perhitungan konversi harian [12]: 1) Responden A konsumsi *tteokbokki* dengan frekuensi konsumsi lebih dari atau sama dengan 3 x/minggu, artinya $180 \text{ g} \times 3 = 540/7 = 77,1 \text{ g}$ sehari; 2) Responden A konsumsi *ramyeon* dengan frekuensi konsumsi 1-2x/minggu, artinya $120 \text{ g} \times 2 = 240/7 = 34,2 \text{ g}$ per hari; 3) Responden A konsumsi

odeng dengan frekuensi konsumsi 1-3x/bulan artinya $250 \text{ g} \times 3 = 750/31 = 24,1 \text{ g}$ perhari.

Asupan zat gizi makro. Variabel asupan zat gizi makro yaitu rerata asupan karbohidrat, protein, dan lemak yang berasal dari pola konsumsi jajanan Korea yang diukur menggunakan SQ-FFQ kemudian dikonversi dan diolah menggunakan *software Nutrisurvey*. Kontribusi energi dari jajanan tidak lebih tinggi dari 300 kkal/hari [13]. Sementara pola konsumsi pangan yang baik pada usia remaja dan dewasa yaitu dengan komposisi karbohidrat pada energi sebesar 50-65%, lemak sebesar 20-30%, dan protein 10-20% [14]. Komposisi diambil untuk usia remaja dan dewasa karena kriteria inklusi pada penelitian ini yaitu pengunjung yang berusia lebih dari 17 tahun. Jika mengambil *cut off* untuk pemenuhan 100% maka kontribusi karbohidrat 60%, lemak 25%, dan protein 15%. Selanjutnya, diperoleh energi dari karbohidrat sebesar 180 kkal, lemak sebesar 75 kkal, dan protein sebesar 45 kkal yang kemudian dikonversi kedalam satuan gram (g) karena data asupan zat gizi makro yang diperoleh dari hasil survei berupa satuan gram. Satu gram karbohidrat dan protein mengandung 4 kalori dan satu gram lemak mengandung 9 kalori [15]. Perhitungan konversinya yaitu karbohidrat $180/4 = 45 \text{ g}$, lemak $75/9 = 8 \text{ g}$, dan protein; $45/4 = 11 \text{ g}$ sehingga diperoleh *cut off* untuk karbohidrat adalah 45 g (<45 g dan >45 g), lemak sebesar 8 g (<8 g dan >8 g), serta protein sebesar 11 g (<11 g dan >11 g). Lebih lanjut, pengumpulan dan pengukuran data ini dilakukan oleh enumerator yang berpengalaman yaitu ahli gizi dan mahasiswa gizi yang telah mendapatkan mata kuliah terkait. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner secara langsung ke lokasi penelitian. Responden dipandu oleh pewawancara dalam mengisi kuesioner SQ-FFQ.

Analisis data

Hasil pengolahan data dianalisis lebih lanjut guna mengidentifikasi apakah ada perbedaan antara frekuensi konsumsi dengan kontribusi zat gizi makro jajanan Korea pengunjung pusat kuliner. Analisis univariat disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan kontribusi zat gizi makro jajanan Korea. Uji perbedaan variabel antara frekuensi konsumsi dan asupan zat gizi makro dari jajanan Korea menggunakan uji *one-way ANOVA* dengan *p value*

< 0,05 yang dapat dikatakan signifikan [16]. Analisis menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS versi 27.

HASIL

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden Alun-Alun Kidul dan *Sunday Morning* UGM yaitu berjenis kelamin perempuan (n=98, 89,1%). Kelompok usia konsumen terbesar adalah 21-30 tahun (56,3%), diikuti oleh kelompok usia 18-20 tahun (42,8%), dan terakhir usia lebih dari 30 tahun (0,9%). Jarak tempat tinggal dan lokasi responden dari pusat kuliner paling banyak ada pada kategori jarak lebih dari 3 km (63,6%). Frekuensi konsumsi jajanan Korea paling tinggi yaitu pada frekuensi sering sebesar (47,3%), jarang (46,4%), dan kadang-kadang (6,4%).

Berdasarkan hasil analisis pada **Tabel 2** menunjukkan sebesar 55,5% responden memiliki asupan energi kurang dari 300 g; 35,5% asupan karbohidrat kurang dari 45 g; 26,4% asupan protein kurang dari 11 g; dan 32,7% asupan lemak kurang dari 8 g. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kontribusi energi, karbohidrat, protein, dan lemak yang melebihi batas asupan berturut-turut ditemukan pada 44,5%; 64,5%; 73,6%; dan 67,3% responden.

Tabel 3 menampilkan hasil uji *one-way ANOVA* bahwa terdapat perbedaan signifikan asupan energi, karbohidrat, protein, dan lemak antara frekuensi konsumsi jarang, kadang-kadang, dan sering. Artinya, ditemukan perbedaan signifikan asupan karbohidrat antara frekuensi konsumsi jajanan Korea jarang ($40,53 \pm 45,57 \text{ g}$), kadang-kadang ($72,86 \pm 61,33 \text{ g}$), dan sering ($270,40 \pm 153,52 \text{ g}$). Demikian juga dengan asupan energi, protein, dan lemak.

Tabel 1. Karakteristik responden (n=110)

Variabel	n (%)
Jenis kelamin	
Laki-laki	12 (10,9)
Perempuan	98 (89,1)
Usia (tahun)	
18-20	47 (42,8)
21-30	62 (56,3)
>30	1 (0,9)
Jarak tempat tinggal dan lokasi (km)	
<1	5 (4,5)
1-3	35 (31,8)
>3	70 (63,6)

Tabel 2. Distribusi asupan zat gizi makro jajanan Korea

Asupan zat gizi	Cut-off point	Frekuensi konsumsi (n, %)			
		Jarang	Kadang-kadang	Sering	Total
Energi (kkal)	≤300	48 (43,6)	5 (4,5)	8 (7,3)	61 (55,5)
	>300	3 (2,7)	2 (1,8)	44 (40)	49 (44,5)
Karbohidrat (g)	≤45	34 (30,9)	3 (2,7)	2 (1,8)	39 (35,5)
	>45	17 (15,5)	4 (3,6)	50 (45,5)	71 (64,5)
Protein (g)	≤11	24 (21,8)	3 (2,7)	2 (1,8)	29 (26,4)
	>11	27 (24,5)	4 (3,6)	50 (45,5)	81 (73,6)
Lemak (g)	≤8	27 (24,5)	4 (3,6)	5 (4,5)	36 (32,7)
	>8	24 (21,8)	3 (2,7)	47 (42,7)	74 (67,3)

Tabel 3. Perbedaan frekuensi konsumsi dengan asupan zat gizi makro jajanan Korea

Frekuensi konsumsi	n	Rerata±SD			
		Energi (kkal)	Karbohidrat (g)	Protein (g)	Lemak (g)
Jarang	51	107,12±115,91	40,53±45,57	14,59±15,72	8,31±9,17
Kadang-kadang	7	189,29±157,41	72,86±61,33	25,43±20,71	9,71±11,25
Sering	52	671,42±354,17	270,40±153,52	92,06±45,86	52,65±35,08
<i>p-value</i>		0,001*	0,001*	0,001*	0,000*

*signifikan, uji *One Way Anova* ($p<0,05$)

BAHASAN

Penelitian ini menemukan hasil bahwa karakteristik pengunjung terbanyak didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 89,1%. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang menemukan bahwa peminat jajanan terutama jajanan yang berasal dari Korea paling banyak yaitu berjenis kelamin perempuan (93%) [4]. Hal tersebut berkaitan dengan preferensi pemilihan jajanan dan gaya hidup [17]. Faktor utama penyebab terjadinya peningkatan konsumsi jajanan Korea terutama dikalangan perempuan yaitu dipengaruhi oleh iklan yang kian gencar dilakukan oleh Korea Selatan melalui K-drama, K-Pop, dan artis idola. Namun, kini banyak juga laki-laki yang menikmati budaya Korea termasuk minat konsumsi makanannya [18].

Lebih lanjut, sebagian besar responden berada pada rentang usia 21-30 tahun (56,3%). Kelompok usia tersebut merupakan kelompok dewasa awal [19]. Kelompok dewasa awal merupakan peralihan dari usia remaja ke dewasa sehingga perilaku, sikap, dan tindakan tidak jauh berbeda dari usia remaja. Pada usia ini, individu masih menunjukkan sifat-sifat remaja seperti eksplorasi diri, pencarian identitas, dan ketertarikan yang tinggi terhadap tren sosial [20]. Lebih lanjut, kelompok

usia tersebut memiliki kebiasaan jajan yang tinggi dan didukung dengan pengaruh budaya asing seperti jajanan Korea yang memperkaya pilihan makanan serta meningkatkan frekuensi jajan. Sejalan dengan penelitian lain yang menemukan bahwa generasi muda lebih tertarik dengan makanan ringan dibandingkan dengan sayur, olahan daging, atau buah kering [21]. Selain itu, peningkatan *snacking* juga dipengaruhi oleh faktor stres yang dialami pada usia dewasa awal dan menjadi hambatan untuk memperhatikan asupan makan dan cenderung menyukai makanan ringan yang tinggi gula, garam, serta lemak [22]. Namun, penelitian lain bertolak belakang dengan penelitian ini yang menyebutkan bahwa semakin bertambahnya usia maka semakin sadar tentang pentingnya gaya hidup sehat [23].

Selain itu, jarak menjadi penentu keputusan pembelian makanan yang akan dikonsumsi. Sebanyak 16,5% orang akan menjadikan jarak sebagai penentuan penting dalam pemilihan tempat makan [24]. Namun, penemuan pada penelitian ini, jarak tidak memengaruhi keputusan pembelian karena pengunjung terbanyak didapatkan pada jarak terjauh yaitu lebih dari 3 km. Artinya, sejauh apapun jarak atau lokasi pembelian tidak memengaruhi kedatangan pengunjung. Salah satu faktor

yang memengaruhi yaitu kepribadian yang memiliki rasa penasaran terhadap hal yang viral [25]. Karakteristik pengunjung berdasarkan usia terbanyak pada penelitian ini dapat dikatakan bahwa menyukai eksplorasi hal-hal baru, beberapa pengunjung menyukai makanan yang viral di media sosial sehingga tidak memandang lokasi pembelian [26].

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa frekuensi konsumsi jajanan Korea paling tinggi pada frekuensi sering (47,3%). Dengan demikian, masyarakat Indonesia khususnya di Yogyakarta banyak yang sudah mengenal jajanan Korea dan sering mengonsumsinya. Penelitian terdahulu menemukan bahwa 52,8% responden menganggap popularitas budaya Korea yang semakin meningkat menjadi faktor utama yang memengaruhi ketertarikan mereka terhadap jajanan Korea [27]. Media sosial memiliki peran yang besar dalam mempromosikan jajanan Korea. Pengguna media sosial terutama generasi muda sering kali berbagi pengalaman kuliner yang meningkatkan ketertarikan terhadap jajanan Korea [28]. Jajanan Korea juga tergolong makanan yang unik dan baru masuk ke Indonesia sehingga ketertarikan generasi muda untuk mencoba juga semakin meningkat [29].

Penelitian ini juga menemukan bahwa kontribusi energi, karbohidrat, protein, dan lemak yang melebihi batas asupan berturut-turut sebesar 44,5%; 64,5%; 73,6%; dan 67,3%. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang melaporkan bahwa kontribusi zat gizi jajanan pada siswa (42,8%) melebihi batas anjuran makanan selingan [30]. Kontribusi zat gizi yang melebihi batas standar pada penelitian ini disebabkan karena kandungan gizi dalam bahan dasar makanan Korea yang tinggi akan karbohidrat dan lemak. Hidangan Korea banyak menggunakan bahan dasar tepung beras yang kaya akan kandungan karbohidrat [5]. Penelitian lain menyatakan bahwa jajanan Korea juga tergolong ke dalam *ultra process food* yang berhubungan positif dengan asupan energi, lemak, dan karbohidrat. Makanan tersebut dapat menyumbang energi sebanyak setengah dari asupan total energi dan memiliki hubungan dengan kejadian obesitas pada usia dewasa muda [31]. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian lain yang melaporkan bahwa kontribusi zat gizi dari jajanan berkorelasi positif dengan

status gizi yaitu semakin tinggi kontribusi jajan maka status gizi akan meningkat [30,32]. Dengan demikian, kontribusi asupan jajanan Korea dapat meningkatkan risiko obesitas, hiperglikemia, dan penyakit degeneratif lainnya. Hal ini diperparah dengan kondisi saat ini yaitu penyakit degeneratif tidak mengenal usia, bukan hanya menyerang usia lansia saja tetapi juga sudah menyerang usia remaja dan anak-anak. Berdasarkan data Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, tren penyakit tidak menular seperti obesitas, diabetes mellitus, dan hipertensi naik jika dibandingkan dengan laporan tahun 2013 [33]. Angka obesitas pada usia lebih dari 15 tahun juga masih tinggi yaitu sebanyak 31% pada tahun 2018. Di sisi lain, obesitas dapat meningkatkan risiko penyakit degeneratif seperti penyakit jantung koroner, hipertensi, dan lain sebagainya [34]. Hal tersebut diperburuk dengan kebiasaan masyarakat yang baru memeriksakan diri atau peduli dengan asupannya ketika sudah timbul gejala [35]. Sementara penyakit degeneratif bisa dicegah dengan memiliki pola hidup yang sehat dan memperhatikan asupan makan dengan membatasi asupan gula, garam, dan lemak.

Lebih lanjut, frekuensi konsumsi jajanan Korea menunjukkan perbedaan terhadap kontribusi asupan zat gizi pengunjung pusat kuliner ($p < 0,05$). Frekuensi konsumsi pada kelompok yang sering memiliki kontribusi asupan energi ($671,42 \pm 354,17$); karbohidrat ($270,40 \pm 153,52$); protein ($92,06 \pm 45,86$); dan lemak ($52,65 \pm 35,08$) lebih tinggi jika dibandingkan dengan frekuensi jarang dan kadang-kadang. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara kebiasaan konsumsi jajanan dengan asupan gula, garam, dan lemak [32]. Pola konsumsi jajanan yang tidak seimbang dapat menyebabkan peningkatan berat badan dan status gizi yang tidak baik [36]. Penelitian ini juga didukung dengan studi terdahulu yang melaporkan bahwa kontribusi energi dari jajanan lebih dari 300 kkal berisiko menyebabkan obesitas 3,2 kali pada remaja berusia 12-15 tahun [37]. Penelitian lain menyatakan bahwa pola konsumsi jajanan juga menunjukkan perbedaan signifikan antara status gizi lebih dan normal, pada mahasiswa yang memiliki status gizi *overweight* cenderung lebih banyak mengonsumsi

jajanan terutama minuman berperisa yang mengandung karbohidrat sederhana tinggi [38]. Remaja yang memiliki kebiasaan jajan yang tidak baik, maka asupan lemaknya akan berlebih dan berisiko terhadap penyakit degeneratif [22]. Lebih lanjut, perbedaan signifikan frekuensi konsumsi dengan kontribusi asupan zat gizi yang ditemukan penelitian ini disebabkan frekuensi konsumsi jajanan Korea yang semakin meningkat. Hal tersebut didukung dengan mudahnya akses membeli jajanan Korea yang saat ini popularitasnya sedang naik di Indonesia. Makanan Korea kini mulai banyak dijumpai di pusat kuliner, supermarket, dan restoran Korea [39]. Faktor yang mendorong populernya makanan Korea di Indonesia yaitu iklan yang biasa ditampilkan di K-Drama dan idol K-Pop yang menjadi bintang iklan, serta *influencer* lain dengan konten kuliner yang kini marak di media sosial [1,40,41].

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu tidak meninjau status gizi pengunjung dan tidak meninjau lokasi penelitian lain yang menjual makanan Korea seperti restoran dan supermarket. Selain itu, penelitian ini hanya meninjau makanan selingan Korea dan tidak meninjau makanan pokok sehingga jenis-jenis makanan Korea yang diteliti juga terbatas. Namun, pengukuran pada penelitian ini menggunakan kuesioner terstandar dan pengambilan data dilakukan secara langsung ke lokasi penelitian agar dapat mendampingi responden dalam pengisian kuesioner untuk meminimalisir kesalahan. Dengan demikian, informasi yang disajikan dalam penelitian ini cukup bisa diandalkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Frekuensi konsumsi menunjukkan perbedaan yang bermakna antara kontribusi energi serta zat gizi makro. Kontribusi zat gizi pada pengunjung ditemukan masih berlebih dari batas asupan makanan yang berasal dari jajanan. Penelitian lebih lanjut terkait jajanan Korea sebaiknya dilakukan dengan cara meninjau status gizi konsumen, lokasi penjualan serta jenis-jenis makanan Korea yang lebih beragam.

Pernyataan konflik kepentingan

Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan.

RUJUKAN

1. Ramadhani K, Widyaningrum R, Khofifah H, Rahma SF, Setiawan YW. Trends of cosmetics and korean food and its halal status in Indonesian teenager perspective: a literature review. *Ikesma*. 2023;19(3):187. doi: 10.19184/ikesma.v19i3.36715
2. Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Kajian jumlah kunjungan wisata Kota Yogyakarta tahun 2020. Yogyakarta: Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta; 2020.
3. Seo KH, Lee JH. Understanding Risk Perception toward Food Safety in Street Food: The Relationships among Service Quality, Values, and Repurchase Intention. *Int. J. Environ. Res. Public Health*. 2021;18:6826. doi: 10.3390/ijerph18136826
4. Ramadhani K, Widyaningrum R, Setiawan Y, Lestari B, Khofifah H, Rahma S. The relationship between halal status knowledge and the korean food products purchasing practices in DIY's Muslim Society. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 2023;9(1):249–53.
5. Ha K, Song YJ. Low-carbohydrate diets in Korea: why does it matter, and what is next?. *J Obes Metab Syndr*. 2021;30(3):222–232. doi: 10.7570/jomes21051
6. Enriquez JP, Gollub E. Snacking consumption among adults in the United States: a scoping review. *Nutrients*. 2023;15(7):1596. doi: 10.3390/nu15071596
7. Sari YD, Rachmawati R. Kontribusi zat gizi makanan jajanan terhadap asupan energi sehari di Indonesia (analisis data Survey Konsumsi Makanan Individu 2014). *Penelitian Gizi dan Makanan*. 2020;43:29–40. doi: 10.22435/pgm.v43i1.2891
8. Rumagit FA, Kereh PS, Rori J. Kontribusi asupan energi protein dan makanan jajanan pada siswa obesitas di Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Manado. *Jurnal GIZIDO*. 2019;11:8–16. doi: 10.47718/gizi.v11i01.754
9. Widyaningrum R, Ramadhani K, Khofifah H, Setiawan Y. The Moslem society perception on the importance of Korean food's halal status and its nutritional value: a descriptive study. *Proceedings of the 3rd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Johor Bahru, Malaysia, September 13-15, 2022*.
10. Fella S, Sair A. "Menjadi Korea": melihat cara, bentuk dan makna budaya pop Korea bagi remaja di Surabaya. *Journal of Urban Sociology*. 2021;3:7. doi: 10.30742/jus.v3i2.1232
11. Arum E. Hubungan pengetahuan gizi dan frekuensi konsumsi fast food dengan status gizi pada remaja di SMK Negeri 3 Kota Bekasi [Skripsi]. Semarang: Universitas Islam Negeri Walisongo; 2023.
12. Sirajuddin, Surmita, Astuti T. *Survey konsumsi pangan*. Indonesia: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia; 2018.

13. Pramono A, Sulchan M. Kontribusi makanan jajan dan aktivitas fisik terhadap kejadian obesitas pada remaja Di Kota Semarang. *Gizi Indonesia* 2014;37:129. doi: 10.36457/gizindo.v37i2.158
14. Suharyati, Hartati B, Kresnawan T, Sunarti, Hudayani F, Darmini F. *Penuntun diet dan terapi gizi*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran EGC; 2019.
15. Sulaiman Y, Sebba AK, Dina D, Rifai A, Alawiyah T, et al. *Dasar-dasar ilmu gizi*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini; 2022.
16. Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Anggota Ikatan Penerbit Indonesia; 2008.
17. Hamam M, D'Amico M, Spina D, La Via G, Di Vita G. The interplay of food-related lifestyle and eating behavior in Italian women. *Front Nutr*. 2024;11:1338925. doi: 10.3389/fnut.2024.1338925
18. Ayuningtyas CE, Ramadhani K, Khofifah H, Faradina F, Ramdani SR, Suryati, et al. Karakteristik konsumen pada pusat jajanan di Yogyakarta. *Gastronomy*. 2024;3(1):43–8. doi: 10.36276/gastronomyandculinaryart.v3i1.648
19. Amin M Al. Klasifikasi kelompok umur manusia berdasarkan analisis dimensi fraktal box counting dari citra wajah dengan deteksi tepi canny. *MATHunesa Jurnal Ilmiah Matematika*. 2017;5(2):33-42.
20. Rahman SA. Preferensi remaja terhadap keputusan pembelian mie instan Korea berbagai merek di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Pertanian Cemara*. 2022;19(2):61–9. doi: 10.24929/fp.v19i2.2237
21. Qiu C, Hou M. Association between food preferences, eating behaviors and socio-demographic factors, physical activity among children and adolescents: a cross-sectional study. *Nutrients*. 2020;12(3):640. doi: 10.3390/nu12030640
22. Almoraie NM, Saqaan R, Alharthi R, Alamoudi A, Badh L, Shatwan IM. Snacking patterns throughout the life span: potential implications on health. *Nutr Res*. 2021;91:81–94. doi: 10.1016/j.nutres.2021.05.001
23. Bawazeer NM, Qahtani SJ Al, Alzaben AS. The association between dietary patterns and socio-demographic and lifestyle characteristics: a sample of Saudi Arabia. *Curr Res Nutr Food Sci*. 2021; 9(3). doi: 10.12944/CRNFSJ.9.3.29
24. Lima JPM, Costa SA, Brandão TRS, Rocha A. Food consumption determinants and barriers for healthy eating at the workplace—a university setting. *Foods*. 2021;10:1–13. doi: 10.3390/foods10040695
25. Tjan SBW, Agfara A, Alhazami L, Hadi A. Analisis strategi viral marketing terhadap minat pengunjung selama new normal di Mal Tentrem Semarang. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*. 2022;3:15–27. doi: 10.52005/bisnisan.v3i3.49
26. Rahmadhani TI, Nurriazalia M, Andriani DS. Tingkat kontrol diri remaja dalam menggunakan aplikasi tiktok di Kelurahan Timbangan. *Satukata: Jurnal Sains, Teknik dan Kemasyarakatan*. 2023;1:189–202.
27. Putri EV, Sibarani A, Rosyida S, Nurhayati E. Analisis perkembangan profil jajanan Korea berdasarkan dari perkembangan Bahasa Indonesia di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 2024;8(2):23704–20.
28. Rejeki S, Purwanto N. Analisa keputusan pembelian dari sudut pandang media sosial dan terpaan drama Korea. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*. 2023;2:467–72. doi: 10.36441/snpk.vol2.2023.153
29. Kurniawati AD. Post before eating: motif generasi milenial Ponorogo dalam fenomena kuliner kekinian. *Jurnal Sosiologi Reflektif*. 2020;14(2):271–86. doi: 10.14421/jsr.v14i2.1745
30. Anggiruling DO, Ekayanti I, Khomsan A. Analisis faktor pemilihan jajanan, kontribusi gizi dan status gizi siswa sekolah dasar. *Media Kesehatan Masyarakat Indonesia* 2019;15(1):81–90.
31. Shim JS, Shim SY, Cha HJ, Kim J, Kim HC. Association between ultra-processed food consumption and dietary intake and diet quality in Korean Adults. *J Acad Nutr Diet*. 2022 Mar;122(3):583-594. doi: 10.1016/j.jand.2021.07.012
32. Maziyah DS, Nugroho TW, Tsani AFA, Dieny FF. Konsumsi jajanan kaitannya dengan asupan gula, garam, lemak pada remaja Jepara selama pandemi Covid-19. *Journal of Nutrition College*. 2023;12(2):113–20. doi: 10.14710/jnc.v12i2.35679
33. Kementerian Kesehatan RI. *Laporan RISKESDAS 2018*. Jakarta: Kemenkes RI; 2018.
34. Gunawan SP, Adriani M. Obesitas dan tingkat stres berhubungan dengan hipertensi pada orang dewasa di Kelurahan Klampis Ngasem, Surabaya. *Media Gizi Indonesia* 2020;15(2):119–26. doi: 10.20473/mgi.v15i2.119-126
35. Amila, Sembiring E, Aryani N. Deteksi dini dan pencegahan penyakit degeneratif pada masyarakat wilayah Mutiara Home Care. *Jurnal Kreativitas Pengabdian Kepada Masyarakat*. 2021;4(1):102–12. doi: 10.33024/jkpm.v4i1.3441
36. Khoiriyah A, Sholikhah DM, Supriatiningrum DN. Hubungan kebiasaan konsumsi jajanan dengan status gizi anak sekolah dasar Muhammadiyah se-Kecamatan Gresik. *Ghidza Media Journal* 2023;59:106–15.
37. Taradipa PT, Margawati A, Purwanti R, Candra A. Perbedaan asupan energi, zat gizi makro, aktivitas fisik, dan status gizi anak sekolah dasar. *Journal of Nutrition College*. 2020;9(4):247–57. doi: 10.14710/jnc.v9i4.28445
38. Puspasari D, Farapti F. Hubungan konsumsi makanan jajanan dengan status gizi pada mahasiswa. *Media Gizi Indonesia*. 2020;15(1):45–51.
39. Husna A, Aryani L. Pengaruh citra merek, kepercayaan merek, dan persepsi labelisasi halal terhadap minat beli Korean Food

- (studi kasus konsumen Gildak Di Jakarta Timur). *Journal of Young Entrepreneurs*. 2023;2(1):177–91.
40. Gardiarini P, Dianovita C, Farida. Pengaruh frekuensi menonton drama korea, kebiasaan makan, dan pendidikan terhadap kualitas diet dan status gizi mahasiswa Politeknik Negeri Balikpapan. *Jurnal SAGO: Gizi dan Kesehatan*. 2024;5(2):409–18. doi: 10.30867/gikes.v5i2.1568
41. Nisrina D, Widodo IA, Larassari IB, Rahmaji F. Dampak konsumerisme budaya Korea (KPOP) di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang. *Jurnal Penelitian Humaniora*. 2020;21(1):78–88. doi: 10.23917/humaniora.v21i1.8085