



ARTIKEL PENELITIAN

## **Konsumsi Program *Survival Show* dan Pengaruhnya dalam *Third Language Vocabulary Acquisition* Bahasa Korea**

IRVANTI SUFA MEIDINA R. & RUDI CAHYONO\*

Fakultas Psikologi Universitas Airlangga

### **ABSTRAK**

Penelitian ini merupakan studi pendahuluan yang bertujuan untuk melihat pengaruh konsumsi *survival show* terhadap *third language vocabulary acquisition* dalam bahasa Korea. Penelitian ini menggunakan desain penelitian *one-way pre-test post-test* dengan jumlah partisipan sebanyak 10 orang ( $N=10$ ) dengan rentang usia 18-24 tahun yang belajar bahasa Korea sebagai bahasa ketiga secara otodidak. Episode 5 dari "*Produce 101 Season 2*" merupakan program *survival show* yang dipergunakan dalam penelitian ini dan tes perbendaharaan kata dalam bahasa Korea dipergunakan untuk mengukur tingkat *third language vocabulary acquisition*. Kemudian, data di analisis dengan menggunakan teknik Wilcoxon. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *survival show* dapat meningkatkan *third language vocabulary acquisition* bahasa Korea partisipan penelitian (memiliki pengaruh yang signifikan ( $Z=-4,089$ ;  $p=0,001$ )). Hasil tersebut menunjukkan bahwa acara dalam format *survival show* ini dapat menjadi media untuk meningkatkan *third language vocabulary acquisition* bahasa Korea secara otodidak yang efektif.

**Kata Kunci:** *bahasa korea, survival show, third language vocabulary acquisition*

### **ABSTRACT**

This research is a preliminary study to see the effect of survival show program consumption on Korean language third language vocabulary acquisition. The study used a one-way pre-test post-test design with 10 participants ( $N=10$ ) aged between 18 and 24 years old currently studying Korean autodidactly as their third language. The survival show program used in this experiment is the 5th episode of the show "*Produce 101 Season 2*". Then, the researcher tested participants' Korean third language vocabulary acquisition with a set of Korean vocabulary tests. The collected data was then analyzed using the Wilcoxon technique. This research found that The survival show program could significantly increase participants' Korean third language vocabulary acquisition ( $Z=-4.089$ ,  $p=0.0001$ ). The result shows that the survival show program could be an effective medium for increase Korean third language vocabulary acquisition autodidactly.

**Keywords:** *korean language, survival show, third language vocabulary acquisition*

doi: 10.20473/brpkm.v3i2.50356

Dikirimkan: 4 Oktober 2023 Diterima: 13 Desember 2023 Diterbitkan: 15 Desember 2023

Editor: Triana Kesuma Dewi

\*Alamat korespondensi: Fakultas Psikologi Universitas Airlangga, Kampus B Universitas Airlangga Jalan Airlangga 4-6 Surabaya 60286. Surel: [rudi.cahyono@psikologi.unair.ac.id](mailto:rudi.cahyono@psikologi.unair.ac.id)



Naskah ini merupakan naskah dengan akses terbuka dibawah ketentuan the Creative Common Attribution License (CC-BY-4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>), sehingga penggunaan, distribusi, reproduksi dalam media apapun atas artikel ini tidak dibatasi, selama sumber aslinya disitir dengan baik.

## PENDAHULUAN

Masuknya produk-produk kebudayaan populer Korea Selatan (atau yang dikenal dengan sebutan *hallyu wave*) dimulai di Indonesia sejak awal tahun 2000-an dengan kehadiran drama-drama asal Korea Selatan di televisi Indonesia. Kemudian, seiring dengan berkembangnya teknologi informasi yang pesat, produk-produk budaya populer asal Korea Selatan yang lainnya pun ikut masuk ke Indonesia, mulai dari musik pop Korea yang bisa kita dengarkan di berbagai tempat umum di Indonesia, meluasnya distribusi film-film *box office* asal Korea Selatan ke bioskop-bioskop di Indonesia, produk-produk budaya lain seperti merebaknya restoran dan merek makanan yang menjual makanan khas Korea, gaya busana yang berkiblat kepada *fashion* Korea, meningkatnya minat masyarakat untuk berwisata ke Korea Selatan, dan lain sebagainya (Rahmawati, 2020). Salah satu dampak dari berkembangnya *hallyu wave* sebagai salah satu alat diplomasi budaya, bahasa Korea menjadi salah satu dari bahasa asing non-Inggris yang memiliki cukup banyak penggemar di berbagai belahan dunia, tidak terkecuali di Indonesia, dilansir dari laporan yang dirilis oleh aplikasi Duolingo, saat ini bahasa Korea menjadi bahasa yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia selain Bahasa Inggris (Blanco, 2021). Hal ini juga didukung dengan berdirinya Jurusan Bahasa dan Sastra Korea di berbagai perguruan tinggi di Indonesia sejak tahun 2006 (Rostineu, 2021) dan merebaknya lembaga-lembaga kursus bahasa yang menyediakan kursus bahasa Korea bagi orang-orang yang ingin bekerja, melanjutkan pendidikan dan atau tinggal di sana.

Tidak hanya itu, kesempatan untuk bekerja dan belajar di negara Korea Selatan sendiri juga terbuka semakin luas baik melalui program-program yang disediakan oleh pemerintah seperti program *Government to Government* (GTG) untuk mereka yang sedang mencari peruntungan dengan mendaftar untuk bekerja di sana maupun beasiswa seperti LPDP dan KGSP bagi mereka yang ingin melanjutkan studi di Korea Selatan (*KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI SEOUL, REPUBLIK KOREA*, 2019). Namun, untuk dapat bekerja dan belajar di Korea Selatan, calon pekerja dan mahasiswa harus memenuhi level atau nilai tertentu dalam tes kemampuan berbahasa Korea (EPS-TOPIK) (“INDBeasiswa,” 2021) sehingga dapat dilihat pentingnya untuk menguasai bahasa Korea agar dapat menunjang kehidupan mereka yang ingin mencoba berkarir dan belajar disana. Di luar keperluan untuk belajar dan bekerja, dengan kehadiran *hallyu wave* sebagai salah satu produk budaya populer yang digemari orang-orang, banyak dari konsumen produk budaya Korea di Indonesia yang mulai mempelajari bahasa Korea dengan sebagai pengisi waktu senggang (*leisure*), dengan harapan mereka dapat mengonsumsi konten artis kesayangan mereka tanpa menunggu *subtitle* dan juga berwisata ke negara Korea Selatan (Mardhiyyah & Imran, 2019; Wirawati, 2019).

Salah satu aspek penting dalam proses *language acquisition* adalah *vocabulary acquisition* atau proses dimana seseorang mempelajari dan menguasai kosakata. Proses *vocabulary acquisition* ini penting karena tanpa adanya proses ini maka aspek-aspek lain dalam proses *language acquisition* seperti

*reading, speaking, writing, dan listening* tidak akan ikut berkembang dengan optimal karena aspek-aspek tersebut sangat berkaitan erat dan bergantung terhadap penguasaan seseorang terhadap kosakata (Nguyen, 2021; Siregar, 2017). Dengan besarnya peran kosakata dalam proses *language acquisition*, banyak yang merasa bahwa proses *vocabulary acquisition* adalah sesuatu yang sulit. Hal ini dikarenakan pembelajar tidak tahu harus mulai darimana saat ingin memperkaya kosakata mereka. Selain itu juga perbedaan cara mengucapkan sebuah suku kata dalam bahasa tersebut dan perbedaan bentuk tata bahasa menjadi salah satu tantangan yang harus dihadapi dalam proses mengakuisisi sebuah kosakata baru (Surmanov & Azimova, 2020).

Ada berbagai cara seseorang dapat *acquire* kosakata baru seperti belajar langsung di negara asal (*study abroad*), mengikuti kelas khusus bahasa (*domestic immersion*), ataupun mendapatkan materi bahasa target di lembaga pendidikan formal (*academic setting*) (Dewey, 2008). Meskipun begitu, tidak semua orang memiliki biaya dan akses terhadap kesempatan baik untuk pergi ke luar negeri maupun mendapatkan pendidikan di kelas bahasa, terutama untuk bahasa selain bahasa Inggris. Oleh karena itu, diperlukan cara belajar lain yang lebih mudah untuk diakses serta *cost-effective*, salah satunya adalah dengan menggunakan media hiburan seperti musik, *game*, dan media audiovisual.

Salah satu media audiovisual yang dapat digunakan sebagai media untuk belajar bahasa Korea adalah acara televisi dengan format *survival show*, yaitu program *structured reality TV* dengan *genre* dasar *talent show*, dimana peserta menunjukkan bakat mereka untuk memenangkan berbagai hadiah (Collins English Dictionary, 2021). Dalam acara tersebut, selain peserta menunjukkan bakat yang mereka miliki, tim produksi acara tersebut juga memiliki akses terhadap kehidupan pribadi mereka. Selanjutnya, cuplikan dari kehidupan pribadi peserta tersebut distruktur sedemikian rupa untuk membentuk narasi yang membangkitkan emosi audiens. (Digon, 2019; Hill, 2014)

Acara serial televisi dalam format *survival show* dipilih sebagai salah satu media untuk mempelajari bahasa Korea dengan format *authentic input* karena tidak hanya menyajikan bahasa yang benar-benar digunakan di Korea Selatan, namun juga iklim sosiokultural yang ada di Korea Selatan (makanan, tata krama, dll.) sehingga pembelajar dapat melihat bagaimana konteks penggunaan kosakata baru dalam bahasa target tersebut dalam *setting* dunia nyata (Beresova, 2015). Selain itu, program-program televisi seperti *survival show* ini juga memiliki banyak episode dalam satu acara sehingga dalam prosesnya seseorang akan dengan lebih sering terpapar terhadap berbagai kosakata dalam bahasa Korea secara berulang-ulang. Paparan terhadap kosakata yang sering dan berulang-ulang inilah yang dapat mempermudah bagian *central processing* dalam otak untuk mengingat kata-kata tersebut dan memasukkannya dalam *long-term memory* dan membuat mereka percaya diri dalam mengeluarkan *output*, baik dalam bentuk lisan maupun tulisan (Albiladi dkk., 2018; Muthusamy dkk., 2020).

Terdapat banyak pilihan konten *survival show* yang tersedia sehingga seseorang dapat bebas memilih konten yang bisa mereka pakai untuk mempelajari kosakata-kosakata dalam bahasa Korea tanpa merasa terbebani. Hal tersebut dapat memberikan motivasi terhadap mereka yang baru saja akan memulai belajar bahasa Korea melalui eksposur terhadap *input* secara menyenangkan dan mempermudah *input* bahasa (dalam hal ini kosakata) untuk masuk ke dalam otak. Selain pilihan yang beragam dan banyaknya episode dalam setiap acara. Program *survival show* juga pada umumnya memiliki *subtitle*, baik dalam bahasa pertama maupun bahasa kedua. Kehadiran *subtitle* ini dapat membantu pembelajar dalam mengakuisisi sebuah kosakata baru karena dibantu dengan kehadiran bahasa yang telah mereka kuasai sebelumnya (Almeida & Costa, 2014; Safran, 2015). Kehadiran petunjuk visual dalam program *survival show* yang dikonsumsi juga memainkan peran yang besar dalam proses akuisisi sebuah kosakata baru (Nguyen, 2021) dengan membangkitkan *encyclopedic knowledge* seseorang. Kedua hal ini, jika digabungkan, dapat meningkatkan pemahaman seseorang dalam mempelajari kosakata dalam bahasa target, serta ikut membangkitkan faktor kognitif lainnya (Danan,

2004), termasuk di dalamnya adalah akses terhadap *universal grammar*. Kehadiran sesuatu yang familiar tersebut dapat meningkatkan motivasi dan mengurangi kecemasan mereka yang baru pertama kali akan belajar Bahasa Korea. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat pengaruh penggunaan media hiburan berformat *survival show* sebagai salah satu sumber *authentic input* untuk belajar bahasa Korea. Dengan begitu, hipotesis dalam penelitian ini adalah konsumsi *survival show* akan meningkatkan *third language vocabulary acquisition* bahasa Korea.

## METODE

### *Desain Penelitian*

Desain penelitian yang dipilih adalah eksperimen dengan metode *one group pre-test post-test*. Hal ini dikarenakan yang dilihat adalah hasil *third language vocabulary acquisition* yang dibuktikan dengan hasil *vocabulary test* yang diberikan kepada partisipan dalam bentuk *pre-test* dan *post-test*.

### *Partisipan*

Kriteria inklusi partisipan penelitian meliputi: (1) berusia 18-24 tahun; (2) menonton setidaknya 1 *survival show* dalam Bahasa Korea; (3) sedang belajar bahasa Korea sebagai bahasa ketiga secara otodidak. Adapun jumlah partisipan eksperimen yang diperoleh sebanyak 10 orang ( $M_{usia}=20,55$ ,  $SD_{usia}=1,60$ ; 100% wanita).

### *Pengukuran*

Penelitian ini menggunakan program *survival show* yang digunakan dalam penelitian ini adalah episode 5 dari acara "*Produce 101 Season 2*". *Third language vocabulary acquisition* bahasa Korea diukur dengan menggunakan tes kosakata dalam bahasa Korea dengan jumlah pertanyaan sebanyak 50 pertanyaan pilihan ganda mengenai kosakata dasar dalam bahasa Korea dimana partisipan memilih arti yang benar dari kosakata yang tertera di soal dengan waktu menjawab selama 15 menit baik *pre-test* maupun *post-test*.

### *Prosedur Penelitian*

Partisipan dalam penelitian ini diseleksi melalui *preliminary questionnaire* yang terdiri dari pertanyaan *multiple choice* dan pertanyaan dalam Skala Likert (Armour & Iida, 2016). Terdapat 61 calon partisipan yang mengisi *preliminary questionnaire* sebelum kemudian kriteria tambahan diaplikasikan. Adapun kriteria tambahan yang diaplikasikan adalah (1) Durasi belajar bahasa Korea selama 0-4 tahun (2) Memiliki perbendaharaan kosakata sebanyak 0-500 kosakata. Dari kriteria tambahan itu, terpilihlah 25 partisipan yang dihubungi secara acak melalui pesan pribadi di media sosial yang mereka berikan kepada peneliti sebagai info kontak. Dari 25 partisipan yang telah diundang, 10 partisipan mengundurkan diri karena alasan pribadi dan 5 partisipan sangat sulit untuk dihubungi saat hari pelaksanaan eksperimen, bahkan setelah diberikan kesempatan untuk melakukan penjadwalan ulang eksperimen.

Proses eksperimen dilaksanakan secara *online* melalui Google Meet (eksperimen dilaksanakan saat pandemi COVID-19 masih berlangsung) yang diberikan oleh peneliti melalui pesan pribadi di media sosial. Eksperimen dilakukan selama lima minggu dengan maksimal tiga partisipan per *server*, termasuk dengan tiga partisipan yang meminta penjadwalan ulang karena bentrok dengan jadwal lain untuk menjaga kestabilan *server* selama proses eksperimen. Setelah partisipan bergabung di dalam ruangan, peserta diberikan tautan *pre-test* yang harus dikerjakan dalam waktu 15 menit. Proses eksperimen

berlangsung selama lima minggu dengan durasi masing-masing 125 menit (mengikuti durasi episode *survival show* yang digunakan). Selama proses eksperimen, partisipan boleh mengomentari acara yang sedang ditonton, tetapi hanya melalui kolom *chat* (mikrofon dalam posisi mati) untuk menjaga kelancaran proses menonton. Setelah proses eksperimen selesai, partisipan kemudian diberikan tautan untuk mengisi *post-test* yang harus dikerjakan selama 15 menit sebelum meninggalkan *server* Google Meet eksperimen.

### Analisis Data

Untuk menguji perbedaan tingkat *third language vocabulary acquisition* pada nilai *pre test* dan *post test*, maka uji *wilcoxon signed rank* digunakan dalam penelitian ini. *Software* SPSS 22 digunakan untuk menganalisis data penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Penelitian ini diikuti oleh 10 partisipan ( $N=10$ ) yang mengikuti proses eksperimen ini dengan rentang umur 18-24 tahun, semua partisipan berjenis kelamin wanita dengan waktu belajar bahasa Korea 0-4 tahun. Sebanyak tujuh partisipan menyatakan bahwa mereka memiliki perbendaharaan kosakata dalam bahasa Korea sebanyak kurang dari 100 kosakata, seorang partisipan memiliki sebanyak 100-300 kosakata, dan dua partisipan memiliki perbendaharaan sebanyak 300-500 kosakata.

Berdasarkan hasil eksperimen yang telah dilakukan kepada sepuluh partisipan ( $N=10$ ), ditemukan bahwa terdapat peningkatan dalam perbendaharaan kosakata bahasa Korea setelah pemberian *treatment*. Hal ini dapat dilihat dari peningkatan rata-rata dari hasil *pre-test* ke *post-test* ( $M_{pre}=47,50$ ;  $M_{post}=49,20$ ) dengan rincian nilai *pre-test* terendah sebesar 30 dari 50 dan tertinggi 50 dari 50, sementara nilai *post-test* terendah adalah 42 dari 50 dan tertinggi 50 dari 50. Perubahan nilai tersebut juga selain meningkatkan rata-rata sebesar 1,7 poin, juga menurunkan standar deviasi dari 6.16 menjadi 2,52 ( $SD_{pre}=6,16$ ;  $SD_{post}=2,52$ ) yang artinya persebaran nilai semakin dekat dengan rata-rata.

Berdasarkan hasil uji Wilcoxon yang telah dilakukan, didapatkan nilai  $Z$  sebesar -4,089 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $p<0,05$ ), hal ini menunjukkan bahwa terdapat signifikansi antara hasil *pre-test* dengan *post-test*.

## DISKUSI

Dari hasil penelitian yang telah dapat dilihat bahwa penggunaan acara Korea dengan *genre survival show* dinilai efektif untuk meningkatkan *third language vocabulary acquisition* pada responden penelitian. Efektivitas ini dapat dipengaruhi oleh beberapa hal. Pertama adalah frekuensi input dalam bahasa Korea yang sering sepanjang acara. Satu episode dalam acara *survival show* berlangsung selama 1 hingga 2 jam dan dalam setiap episodenya, pasti akan ada kosakata yang sering diulang-ulang. Pengulangan inilah yang membuat partisipan familiar dengan kosakata yang digunakan dalam acara yang diberikan kata-kata tersebut terus menerus diulang oleh *central processing* dan dapat menggunakannya sebagai *output* dalam kehidupan sehari-hari dengan baik (Ibnatul Karimah & Habibi, 2019; Muthusamy dkk., 2020).

Selain itu juga, karena *survival show* yang digunakan oleh penulis memiliki *subtitle*, subjek dapat dengan mudah memahami kosakata baru dalam bahasa Korea. Bahkan, mereka yang belum genap setahun dalam belajar bahasa Korea pun dapat menjawab tes kosakata yang diberikan penulis dengan baik karena dalam proses menontonnya, pengetahuan ensiklopedik yang sudah dimiliki akan membantu partisipan dalam memahami kosakata baru dalam bahasa Korea dengan cara menangkap konteks kata-

kata yang mereka terima dan diasosiasikan dengan apa yang mereka lihat dalam acara tersebut, baik dalam bentuk petunjuk visual berupa gambar objek yang dimaksud oleh sebuah kosakata di layar maupun melalui *subtitle* yang disediakan. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang positif terhadap penggunaan *subtitle* dan petunjuk visual dalam proses mempelajari bahasa baru (Almeida & Costa, 2014; Nguyen, 2021) dimana penelitian-penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa kehadiran petunjuk visual, baik dalam gambar maupun tulisan dapat diandalkan sebagai petunjuk untuk mempelajari suatu kosakata baru dan memahami konteks penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari, sementara bantuan audio dalam media yang dikonsumsi berguna untuk meningkatkan kemampuan *listening comprehension*, serta mempelajari cara mengucapkan kosakata tersebut dengan benar.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa konsumsi *survival show* dapat meningkatkan *third language vocabulary acquisition* dalam bahasa Korea pada populasi yang sedang mempelajari Bahasa Korea secara otodidak. Hal ini dikarenakan acara tersebut menyajikan konteks penggunaan kosakata tersebut dalam kehidupan sehari-hari di dunia nyata baik secara lisan maupun *visual* dan pengulangan kosakata dalam acara tersebut dapat membantu pembelajar untuk mengingat kosakata dengan lebih cepat.

Meskipun begitu, penelitian ini memiliki beberapa limitasi seperti tidak adanya kelompok kontrol sebagai pembanding, serta tidak adanya kontrol terhadap paparan partisipan terhadap konsumsi konten dalam bahasa Korea sehingga ada kemungkinan mereka sudah familiar terlebih dahulu dengan kosakata yang diberikan sebelum diberikan *treatment*. Adapun yang bisa dikembangkan dan diperbaiki dalam penelitian ini adalah diperlukannya kelompok kontrol dalam proses eksperimennya sehingga nilai efeknya bisa dibandingkan serta diperlukan kontrol terhadap konsumsi konten dalam bahasa Korea yang dilakukan oleh partisipan di luar proses eksperimen.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada partisipan penelitian yang bersedia meluangkan waktu untuk menjadi partisipan dalam eksperimen ini.

### DEKLARASI POTENSI TERJADINYA KONFLIK KEPENTINGAN

Irvanti Sufa Meidina R. dan Rudi Cahyono tidak bekerja, menjadi konsultan, memiliki saham, atau menerima dana dari perusahaan atau organisasi manapun yang mungkin akan mengambil untung dari diterbitkannya naskah ini.

### PUSTAKA ACUAN

- Albiladi, W. S., Abdeen, F. H., & Lincoln, F. (2018). Learning English through Movies: Adult English Language Learners' Perceptions. *Theory and Practice in Language Studies*, 8(12), 1567. <https://doi.org/10.17507/tppls.0812.01>
- Almeida, P. A., & Costa, P. D. (2014). Foreign Language Acquisition: The Role of Subtitling. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 141, 1234–1238. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.212>

- Armour, W. S., & Iida, S. (2016). Are Australian fans of anime and manga motivated to learn Japanese language? *Asia Pacific Journal of Education*, 36(1), 31–47. <https://doi.org/10.1080/02188791.2014.922459>
- Beresova, J. (2015). Authentic Materials – Enhancing Language Acquisition and Cultural Awareness. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 192, 195–204. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.028>
- Blanco, C. (2021, Desember 6). *The 2021 Duolingo Language Report*. Duolingo Blog. <https://blog.duolingo.com/2021-duolingo-language-report/>
- Collins English Dictionary*. (2021). Talent Show Definition and Meaning. <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/talent-show>
- Danan, M. (2004). Captioning and Subtitling: Undervalued Language Learning Strategies. *Meta : Journal Des Traducteurs / Meta: Translators' Journal*, 49(1), 67–77. <https://doi.org/10.7202/009021ar>
- Dewey, D. P. (2008). Japanese Vocabulary Acquisition by Learners in Three Contexts. *Frontiers: The Interdisciplinary Journal of Study Abroad*, 15, 127–148.
- Digon, P. (2019). Reality TV in the classroom: A model of analysis and an inquiry into a Spanish talent show. *Медиаобразование, 2*, Article 2.
- Hill, A. (2014). Reality TV Experiences: Audience, Fact and Fiction. Dalam *A Companion to Reality Television*. John Wiley & Sons.
- Ibnatul Karimah, V. M., & Habibi, F. (2019). Japanese Vocabulary Acquisition Through Anime: A Case Study On Dwimeilinda. *IZUMI*, 8(2), 65. <https://doi.org/10.14710/izumi.8.2.65-74>
- “INDBeasiswa.” (2021, September 15). *Beasiswa S1 Korea 2022 GKS (KGSP) Undergraduate FULL Scholarship • INDBeasiswa*. <https://indbeasiswa.com/2021/09/beasiswa-s1-korea-kgsp-undergraduate.html>
- KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI SEOUL, REPUBLIK KOREA*. (2019). Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. <https://kemlu.go.id/seoul/id>
- Mardhiyyah, A. N., & Imran, A. I. (2019). Penggunaan Bahasa Korea (Hangeul) dalam Instagram sebagai Bentuk Presentasi Diri. *Nyimak Journal of Communication*, 3(1), 61–75.
- Muthusamy, V., Baisel, A., Subha, S., & Kanagarajan, A. (2020). Impact of TV Shows on English Language Acquisition. *International Journal of Recent Technology and Engineering*, 8, 2414–2416.
- Nguyen, N. T. T. (2021). A review of the effects of media on foreign language vocabulary acquisition. *International Journal of TESOL & Education*, 1(1), Article 1.
- Rahmawati, C. (2020). *The Massive Korean Wave in Indonesia and Its Effects in the Term of Culture*.
- Rostineu, R. (2021). *THE SOCIOCULTURAL FACTORS INFLUENCING THE STUDY OF KOREAN HISTORY IN INDONESIA*. 15.
- Safranji, J. (2015). Advancing Listening Comprehension Through Movies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, 169–173. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.04.513>

- Siregar, F. R. (2017). A Review of Studies Dealing with the Vocabulary Acquisition and its Relation to the Age. *English Education: English Journal for Teaching and Learning*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.24952/ee.v5i2.1178>
- Surmanov, S., & Azimova, M. (2020). ANALYSIS OF DIFFICULTIES IN VOCABULARY ACQUISITION. *The Journal of Legal Studies*, 6, 144–153.
- Wirawati, W. A. (2019). THE USE OF KOREAN WORDS BY NON-NATIVE SPEAKERS IN STIKES BANYUWANGI. *ELTICS: Journal of English Language Teaching and English Linguistics*, 2(1). <https://doi.org/10.31316/eltics.v2i1.386>