

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Derasnya arus globalisasi saat ini memiliki dampak yang besar bagi masyarakat global, tidak terkecuali di Indonesia. Akses informasi dan komunikasi yang terbuka seluas-luasnya membuat masyarakat dapat saling berinteraksi dengan masyarakat di berbagai belahan dunia secara mudah dan saling bertukar nilai, baik dalam bentuk material (uang, barang) maupun dalam bentuk pertukaran nilai moral dan budaya. Sehingga, masyarakat diharapkan dapat membekali diri dengan berbagai alat dan kemampuan yang baik untuk menavigasi dampak-dampak dari globalisasi yang semakin pesat ini.

Tidak hanya itu, globalisasi membuka portal sebesar-besarnya terhadap kesempatan untuk memperluas lingkungan baik dalam pekerjaan, belajar maupun berbisnis di berbagai belahan dunia. Oleh karenanya, belajar lebih dari satu bahasa asing merupakan sebuah kebutuhan bagi orang-orang di usia produktif. Hal ini dikarenakan bahasa merupakan salah satu alat navigasi terhadap globalisasi yang sangat kuat terutama untuk berkomunikasi dan menerima informasi dari berbagai belahan dunia (Hrehová, 2010)

Dengan menguasai lebih dari satu bahasa asing, seseorang akan memiliki kemungkinan lebih besar untuk direkrut oleh employer karena dengan memiliki karyawan yang menguasai lebih dari satu bahasa asing juga membantu memperluas

network perusahaan, sehingga perusahaan mampu mendapatkan lebih banyak klien dari berbagai belahan dunia (Fox dkk, 2019).

Kemampuan untuk menguasai lebih dari satu bahasa asing ini juga berguna untuk bertahan hidup di negara tujuan, baik sebagai wisatawan maupun residen yang sedang belajar maupun bekerja. Hal ini dikarenakan orang-orang lokal di negara tujuan belum tentu memiliki kemampuan bahasa inggris yang baik. Sehingga, meskipun terdapat banyak instruksi dalam bahasa inggris di tempat umum dan bahasa inggris dominan digunakan dalam lingkungan profesional, kemampuan untuk menguasai bahasa setempat masih tetap diperlukan untuk keperluan komunikasi dengan warga setempat.

Tidak hanya itu, menguasai lebih dari satu bahasa asing juga membuat wawasan seseorang tentang budaya dari berbagai belahan dunia bertambah dan mereka mampu untuk mengonsumsi konten-konten kebudayaan seperti buku, film dan musik dari berbagai belahan dunia dengan mudah.

Dengan banyaknya keuntungan menjadi seorang multilingual, orang-orang jadi semakin tertarik untuk menguasai lebih dari satu bahasa asing. Tidak terkecuali orang-orang dalam tahap perkembangan *emerging adults*, yaitu mereka yang ada dalam rentang usia 18-25 tahun (Arnett, 2000). Orang-orang dalam usia *emerging adults* memiliki banyak kesempatan untuk mengembangkan karir, melanjutkan pendidikan dan melakukan hobi mereka. Sehingga, jika mereka menguasai banyak bahasa asing, kesempatan mereka untuk berkembang dalam karir, pendidikan dan juga perkembangan pada identitas diri akan semakin terbuka luas.

Pada tahapan perkembangan ini, perkembangan bahasa seseorang tidak jauh berbeda dengan perkembangan bahasa orang dewasa pada umumnya. Dimana, perkembangan kognitif mereka sudah mencapai tahap yang lebih baik daripada anak-anak yang berusia lebih muda, sehingga lebih mudah bagi mereka untuk menggunakan kemampuan berpikir logis mereka dalam memecahkan sebuah masalah dan mengembangkan strategi mereka sendiri untuk mulai mengakusisi sebuah bahasa baru, termasuk di dalamnya adalah bagaimana mereka memanfaatkan teknologi dalam strategi belajar mereka (Hardach, 2018).

Per April 2019, sudah ada 162 negara yang menjalin kerjasama bilateral dengan Indonesia. Namun, Hubungan bilateral antara Indonesia dengan Korea Selatan sendiri baru dimulai sejak 1966 dalam tingkat konsulat dan menjadi hubungan diplomatik pada tahun 1973, Hal ini tentu belum terlalu lama jika dibandingkan dengan negara-negara lain seperti Amerika Serikat (1949), Republik Rakyat China (1950) dan Jepang (1958). Meskipun begitu, hubungan bilateral kedua negara tetap terjalin baik dengan hubungan yang saling menguntungkan dalam berbagai sektor baik ekonomi, politik, maupun sosial-budaya.

Berdasarkan data realisasi investasi dari Badan Pusat Statistik, per tahun 2021, Korea Selatan sudah berinvestasi kepada Indonesia dengan nilai Investasi sebesar 1,6 Miliar dolar amerika yang tersebar dalam 2.511 proyek, hal ini tentu saja tergolong tinggi dari semua investasi negara-negara lain di Indonesia.

Terbukti, sudah banyak perusahaan asal Korea Selatan yang menaruh investasi di Indonesia dalam berbagai bidang. Seperti Lotte dalam bidang kimia dan retail dengan nilai investasi yang direalisasikan sebesar 57,6 triliun rupiah dalam bidang

kimia melalui Lotte Chemicals Indonesia (Timorria, 2022) dan retail berupa Lotte Mart yang tersebar di beberapa kota di Indonesia kemudian ada CJ dalam bidang makanan, hiburan (bioskop CGV) dan logistik.

Tidak lupa juga, perusahaan-perusahaan asal Korea Selatan banyak bernvestasi dalam bidang teknologi di Indonesia, seperti Samsung yang merencanakan investasi sebesar US\$50 miliar untuk pembangunan pabrik ponsel baru mereka di Indonesia, serta LG dan Hyundai yang saat ini sedang disorot melalui peran besar mereka dalam pengadaan pabrik produksi kendaraan listrik di Indonesia dengan investasi masing-masing sebesar US\$ 9,8 miliar dari LG dan US\$ 1,5 miliar dari Hyundai (Anggela, 2022; Fitri, 2021; Kemenperin RI, 2022). Dengan menyebarnya investasi dari perusahaan-perusahaan asal Korea Selatan dalam berbagai sektor ini, membuat lapangan pekerjaan dengan perusahaan dari Korea Selatan terbuka cukup lebar dengan berbagai proyek yang tersedia.

Tidak hanya dengan bekerja untuk perusahaan asal Korea Selatan, kesempatan untuk bekerja di Negara Korea Selatan sendiri pun juga terbuka luas, dengan tawaran gaji yang menggiurkan dan berbagai jaminan yang disediakan untuk pekerja dari luar negeri, tentu saja mengundang banyak tenaga kerja untuk memperbaiki nasib hidup di negeri gingseng ini.

Selain dari sektor ekonomi dan politik, kerjasama dalam sektor sosial-budaya pun juga memainkan peran yang besar. Terutama dalam bidang pariwisata dan pendidikan. Dalam bidang pariwisata, kedua negara saling memperkuat kerjasama di bidang ini dengan menandatangani MoU kerjasama pariwisata pada Desember 2021 kemarin (antaranews.com, 2021). Sementara, dalam bidang pendidikan.

Kedua negara bekerjasama dalam pertukaran tenaga pendidikan, pemberian beasiswa (KGSP, LPDP, dll.), joint research, dan lain-lain (*KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA DI SEOUL, REPUBLIK KOREA*, n.d.).

Berbagai kerjasama bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan ini tidak terlepas dari peran hallyu wave sebagai salah satu instrumen penting dalam proses diplomasi antara Indonesia dengan Korea Selatan. Hallyu wave sendiri sudah masuk ke Indonesia sejak akhir 1990an melalui penayangan drama-drama populer asal Korea Selatan dan semakin berkembang pesat hingga saat ini. Hallyu wave sebagai instrumen diplomasi budaya sendiri bertugas untuk mengenalkan budaya Korea Selatan kepada warga global dengan mendorong penempatan budaya Korea Selatan dalam konten budaya populer mereka, baik musik, film, maupun serial televisi.

Sebagai salah satu hasil dari *hallyu wave* sebagai 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 ditambah dengan berdirinya Jurusan Bahasa dan Sastra Korea di berbagai perguruan tinggi di Indonesia sejak tahun 2006 (Rostineu, 2021) dan merebaknya lembaga pengembangan Bahasa Korea bagi orang-orang yang ingin bekerja, melanjutkan pendidikan dan atau tinggal di sana.

Hal ini juga didukung dengan dibukanya berbagai kesempatan untuk pergi ke Korea baik lewat beasiswa untuk melanjutkan pendidikan (LPDP, KGSP, dll.)

maupun kesempatan untuk bekerja di sana, seperti misalnya program *Government to Government* (G2G Korea) yang diadakan oleh Pemerintah Korea Selatan dan Indonesia untuk tenaga kerja asal Indonesia yang ingin bekerja di Korea Selatan. Adapun per rekrutmen tahun 2022, jumlah kuota yang dibuka untuk program ini sebanyak 3.148 orang untuk bidang manufaktur dan 1.690 orang untuk bidang perikanan.

Meskipun kesempatan terbuka luas, dalam proses rekrutmen karyawan, employer asal Korea Selatan tidak asal dalam memilih tenaga kerja yang dapat bekerja di Negara mereka. Dalam program *Government to Government* misalnya, tes yang paling pertama diberikan adalah tes kemampuan dalam Berbahasa Korea (EPS-TOPIK), dimana calon tenaga Kerja harus melampaui batas skor tertentu agar dapat menuju ke tahap seleksi selanjutnya.

Begitu juga jika ingin melanjutkan studi di Korea Selatan, mahasiswa internasional diharuskan mengikuti kelas bahasa selama setahun dan melampaui minimal TOPIK 4 untuk dapat melanjutkan studi di universitas di negeri tersebut dan ada reward khusus berupa tambahan uang setiap bulan bagi mereka yang mampu mencapai level TOPIK 5 dan 6 (INDBeasiswa, 2021). Sehingga, penting bagi mereka yang ingin mencoba berkarir dan belajar di Korea Selatan untuk menguasai Bahasa Korea agar dapat menunjang kehidupan mereka.

Tidak hanya untuk tuntutan kehidupan profesional saja, banyak juga orang yang mempelajari Bahasa Korea sebagai sebuah *leisure and enjoyment*, dimana mereka melihat diri mereka sendiri sebagai konsumen budaya pop Korea tanpa memikirkan fungsi dari Bahasa Korea ini sebagai penunjang untuk karir mereka di masa depan,

terutama bagi mereka yang mempelajari Bahasa Korea sebagai Bahasa Ketiga (Fraschini & Caruso, 2019)

Di Indonesia sendiri, kebanyakan orang juga mulai mempelajari Bahasa Korea sebagai *Leisure* yang dimotivasi oleh kegemaran mereka terhadap budaya Pop Korea itu sendiri (Mardhiyyah & Imran, 2019). Dengan harapan jika mereka menguasai Bahasa Korea, maka mereka bisa berkomunikasi dengan lebih baik dengan idola mereka, mampu menonton dan memahami konten-konten artis idola mereka tanpa harus menunggu terjemahan dan juga untuk memiliki pemahaman lebih baik tentang budaya Korea itu sendiri, juga untuk dapat berwisata ke Korea Selatan suatu hari nanti (Mardhiyyah & Imran, 2019; Wirawati, 2019).

Meskipun mereka awalnya mempelajari Bahasa Korea sebagai *leisure and enjoyment*, seiring dengan berjalannya waktu, mereka mulai tertarik untuk mencari kesempatan karir dengan kemampuan Bahasa Korea mereka seperti misalnya dengan menjadi seorang freelance interpreter untuk tamu bisnis dari Korea Selatan, hal ini tentu seiring dengan meningkatnya kemampuan Bahasa Korea mereka (Mardhiyyah & Imran, 2019; Song & Pornsima, 2016).

Ada berbagai strategi yang dapat ditempuh untuk mempelajari bahasa asing ketiga ini, baik secara formal melalui pembelajaran di sekolah, non-formal dalam bentuk kursus bahasa asing, maupun secara informal melalui media-media pembelajaran lain tanpa berpatokan terhadap silabus tertentu secara *sub-conscious*. Meskipun kebutuhan masyarakat akan pendidikan Bahasa Korea tinggi, tidak semua bahasa asing, terutama di luar Bahasa Inggris seperti Bahasa Korea ini dapat dipelajari melalui pendidikan formal, untuk belajar melalui jalur non-formal pun,

tidak semua memiliki akses dan biaya untuk belajar Bahasa di lembaga-lembaga non-formal. Sehingga kebanyakan orang lari ke jalur informal sebagai alternatif yang mudah diakses dan murah untuk mempelajari bahasa asing yang mereka inginkan seperti Bahasa Korea.

Salah satu dari banyaknya strategi untuk mempelajari bahasa asing secara informal adalah dengan menggunakan media hiburan (*entertainment*), salah satunya adalah serial televisi seperti drama dan *reality shows* yang dapat diakses secara mudah melalui website-website penyedia seperti netflix, VIU, dan lain sebagainya. Serial televisi merupakan salah satu media audiovisual seperti film, namun memiliki episode yang lebih panjang dan lebih membuat orang-orang tertarik untuk melihat secara berkelanjutan setiap episodenya hingga seri tersebut selesai (Muthusamy dkk, 2020).

Penggunaan media hiburan audiovisual ini dinilai memiliki dampak positif dalam proses *language acquisition*, seperti dalam penelitian yang dilakukan pada penonton kartun jepang (anime), 51% dari mereka menjawab bahwa mereka belajar bahasa Jepang sebagai *third language* hanya melalui eksposur terhadap konten anime dalam waktu yang lama (Alsubaie & Alabbad, 2020).

Salah satu dari aspek penting dalam proses *language acquisition* adalah *vocabulary acquisition* atau proses dimana seseorang 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). Hal ini juga didukung dengan penelitian yang menunjukkan hubungan positif antara pengetahuan kosakata dengan eksposur terhadap Bahasa Inggris melalui media hiburan seperti serial televisi (dan film) (Peters & Webb, 2018).

Proses *vocabulary acquisition* dalam menonton sebuah konten media audiovisual ini dapat terjadi dikarenakan dalam proses menonton, seseorang dapat memperluas perbendaharaan kosakata mereka dengan cara menebak-nebak arti suatu kata berdasarkan konteks yang mereka tonton tanpa tidak menyadari bahwa mereka sedang mempelajari bahasa tersebut sebagai salah satu proses *incidental learning* (Rybina & Myrzaeva, 2021). Tidak hanya itu, dengan media yang menggabungkan teks, gambar, dan audio ini, seseorang juga bisa mengandalkan petunjuk visual yang mereka lihat saat itu dalam proses mengakuisisi sebuah kosakata baru (Nguyen, 2021). Sehingga dapat dilihat bahwa media hiburan dalam bentuk program televisi dapat menjadi salah satu sumber belajar kosakata *third language* secara informal yang memiliki pengaruh positif terhadap penggunanya.

Selain itu juga, banyak *public figure* yang menggunakan media hiburan ini sebagai salah satu media untuk mereka mempelajari bahasa asing. Sepertinya misalnya RM (Personil boygroup BTS) yang menggunakan serial televisi Friends sebagai media untuk belajar bahasa Inggris. Juga Dita Karang (Personil girlgroup Secret Number asal Indonesia) Yang menggunakan drama Korea sebagai salah satu media untuk mempelajari Bahasa Korea.

Salah satu jenis program serial televisi yang ada adalah *survival show*. Adapun *survival show* sendiri merupakan *Survival Show* merupakan salah satu format

program *structured reality TV* dengan genre dasar yaitu *talent show*, sebuah bentuk acara dimana peserta menunjukkan bakat mereka untuk memenangkan berbagai hadiah (Collins, n.d.).

Acara-acara serial televisi seperti survival show dipilih sebagai salah satu authentic input karena menyajikan bahasa yang nyata adanya, selain itu juga, orang-orang yang menonton survival show tidak hanya mempelajari bahasa, namun juga iklim sosiokultural yang ada pada negara bahasa target (makanan, tata krama, dll.). Selain itu juga, menonton *survival show* juga dapat menjadi media belajar yang sifatnya *cost-effective*, karena seseorang cukup dengan bermodalkan koneksi internet dan gadget sudah bisa belajar bahasa korea tanpa harus mengeluarkan biaya les yang begitu mahal.

Dalam menonton *survival show*, penonton umumnya dibantu dengan kehadiran *subtitle* atau *caption* yang disediakan dalam berbagai bahasa, termasuk di antaranya bahasa Indonesia dan Inggris, sehingga dapat mempermudah mereka dalam memahami bahasa asal dari program yang sedang mereka tonton (dalam konteks penelitian ini adalah Bahasa Korea) dan membantu mereka untuk mempelajari bahasa tersebut dengan meningkatkan aspek *listening comprehension* dan membantu pembelajar memahami penggunaan suatu kata/kalimat dalam konteks sosial dan juga dinilai meningkatkan motivasi dan sikap positif terhadap bahasa yang dipelajari (Almeida & Costa, 2014; Safran, 2015).

Sayangnya, media hiburan dalam bentuk audiovisual seperti *survival show* ini belum sepenuhnya mencakup aspek-aspek *language acquisition* yang lain seperti *writing* dan *reading*, karena dari berbagai studi yang ada, kebanyakan menyatakan

bahwa media audiovisual hanya mencakup aspek *speaking* dan *listening* (Alsubaie & Alabbad, 2020).

Tidak hanya itu, ada yang beranggapan bahwa penggunaan media audiovisual dalam bentuk hiburan seperti film dan/atau serial televisi dinilai sebagai sesuatu yang *time-consuming* dan sulit untuk dilakukan oleh mereka yang benar-benar awam dengan bahasa target. Sehingga malah menjadi bumerang tersendiri yang dimana media hiburan ini seharusnya menjadi peningkat motivasi malah membuat pembelajar menjadi takut dan menurunkan motivasi mereka dalam mempelajari bahasa target (Hayati & Mohmedi, 2011). Hal ini dikarenakan media audiovisual sejenis ini menggunakan bahasa yang asli dengan kecepatan berbicara yang normal, sehingga bagi mereka akan lebih sulit untuk memahami bahasa target.

Melalui penelitian ini, penulis ingin melihat adakah pengaruh konsumsi *survival show* Korea terhadap *third language vocabulary acquisition* oleh mereka yang berada pada tahap perkembangan *emerging adult*.

1.2. Identifikasi Masalah

Third language vocabulary acquisition dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti umur, aptitude, serta motivasi dan kebutuhan. Selain itu juga, proses di dalamnya juga memiliki peran yang besar dalam *third language acquisition*. Meskipun begitu, tidak semua orang memiliki akses kepada kelas-kelas yang menunjang proses *third language vocabulary acquisition* tersebut. Belum lagi dengan biaya yang tidak sedikit menjadikan kelas dalam bentuk pendidikan formal dan non-formal semakin sulit diakses bagi mereka yang secara finansial tidak

mampu membayar untuk kelas namun ingin dan butuh untuk mempelajari suatu bahasa target.

Dalam hal ini, media audiovisual dapat menjadi media yang efektif secara *cost* karena biaya kursus bahasa Korea yang masih relatif mahal, yaitu pada rentang Rp 1.000.000,00 hingga Rp 3.750.000,00 (dewdew, 2022; LiveOlive.com, n.d.). Belum lagi kalau harus bayar lagi untuk mendapatkan tes sertifikasi EPS-TOPIK. Sementara, dengan menggunakan media audiovisual, seseorang bisa mendapatkan sumber input dalam Bahasa Korea secara mudah dan gratis, juga lebih terpakai karena bahasa yang digunakan tidak jauh berbeda dengan bahasa yang akan ditemui di Korea Selatan. Hal ini dikarenakan media audiovisual ini merupakan sumber input yang sifatnya *authentic*, dengan bahasa yang digunakan adalah untuk dikonsumsi oleh *native speaker* dalam Bahasa Korea.

Tidak hanya itu, kurangnya sarana untuk pembelajar untuk melatih kemampuan bahasa target mereka juga cukup menghambat proses *language acquisition*, hal ini dikarenakan salah satu cara untuk menguatkan memori tentang bahasa asing yang telah dipelajari adalah dengan cara sering mendengarkan berbagai input dalam bahasa target untuk kemudian berlatih untuk mengeluarkan output. Bahkan bagi mereka yang mengikuti kelas bahasa sekalipun, jika mereka tidak diberikan kesempatan untuk sering terpapar dengan input bahasa dan menciptakan output dalam bahasa target, mereka cenderung akan lebih mudah untuk lupa dengan apa yang telah mereka pelajari. Tak terkecuali dengan proses *vocabulary acquisition*.

Tentu saja, untuk melatih kemampuan bahasa target tersebut, dibutuhkan motivasi yang kuat. Namun seringkali, motivasi seseorang untuk mempelajari

bahasa target cenderung naik-turun untuk berbagai faktor seperti faktor ekspektasi, materi belajar, dan lain sebagainya.

Dengan banyaknya pilihan dari konten audiovisual seperti *survival shows* yang dapat digunakan, seseorang dapat bebas memilih konten yang bisa mereka pakai untuk mempelajari bahasa tersebut tanpa harus mengikuti silabus-silabus tertentu. Sehingga dapat memberikan motivasi terhadap mereka yang baru saja akan memulai belajar Bahasa Korea melalui eksposur terhadap input secara menyenangkan. Sehingga dapat meningkatkan motivasi yang mempermudah input bahasa (dalam hal ini kosakata) untuk masuk ke dalam otak.

Media audiovisual dalam bentuk series seperti *survival show* memiliki banyak episode dan tentu saja, dalam setiap episodenya terdapat kata-kata atau kalimat yang sering muncul dalam serinya. Paparan yang sering terhadap kata-kata tersebut membuat otak dengan mudah mengingat, sehingga, proses memasukkan kata-kata dalam Bahasa Korea tersebut ke dalam *long-term memory* akan mudah bagi mereka. Paparan yang sering terhadap kosakata Bahasa Korea ini juga membuat mereka percaya diri dalam mengeluarkan *output*, baik dalam lisan maupun tulisan, subtitle juga merupakan faktor yang membantu mereka dalam memproduksi *output* berupa tulisan tersebut (Albiladi dkk, 2018).

Meskipun begitu, penggunaan media audiovisual ini dinilai kurang efektif untuk beberapa sebab. Salah satunya adalah karena dalam media audiovisual seperti *survival show* ini, orang-orang di dalamnya berbicara dengan kecepatan berbicara seperti yang ada dalam realita dan berbeda-beda, sehingga, bagi pemula akan sulit saat mereka harus mendengarkan sebuah obrolan dari mereka yang berbicara sangat

cepat. Sehingga, bagi mereka yang benar-benar awam dengan Bahasa Korea akan malah mundur dan motivasi mereka untuk belajar turun (Hayati & Mohmedi, 2011)

Tidak hanya itu, mereka yang sering mengkonsumsi produk media dalam bahasa Korea juga belum tentu mereka memiliki kemampuan Bahasa Korea yang sangat baik dan repetori kosakata dalam bahasa Korea yang lebih banyak, justru, banyak dari mereka yang sering menonton tayangan dalam bahasa Korea berepisode-episode pun banyak yang kemampuan Bahasa Koreanya tidak sebagus itu. Hal ini dikarenakan tidak semua input audiovisual memiliki kualitas yang sama, sehingga, sesering apapun seseorang mengonsumsi konten dalam Bahasa Korea, jika kualitasnya kurang baik, maka kemampuan bahasa Korea mereka juga tidak akan begitu berkembang.

Ini juga merupakan salah satu drawback dalam menggunakan subtitle sebagai alat bantu dalam mengacquire L3, baik dalam L1 maupun L2, sebab, dengan kehadiran subtitle, meskipun dinilai memudahkan seseorang dalam mempelajari kosakata baru, namun subtitle juga bisa membuat seseorang lebih terfokus pada subtitle tersebut ketimbang mempelajari kosakata dari bahasa yang akan mereka acquire. Hal ini bisa saja terjadi dengan masuknya input L3 dalam Bahasa Korea, namun output yang dikeluarkan tetap dalam L1 atau L2 seseorang.

Untuk mereka yang mempelajari Bahasa Korea hanya sebagai *leisure*, tentu ada kemungkinan besar bagi mereka untuk berhenti belajar Bahasa Korea saat mereka sedang tidak berminat mengonsumsi konten mengenai budaya Korea Selatan, apalagi jika mereka tidak memiliki kecenderungan untuk menggunakan Bahasa Korea dalam kehidupan sehari-hari atau profesional mereka. Hal ini dapat

mempengaruhi memori mereka dan jika sudah terlalu lama tidak digunakan, ada kemungkinan bagi mereka untuk lupa tentang Bahasa Korea, baik sebagian maupun seluruhnya.

1.3. Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi oleh 3 hal. Pertama, terbatas pada mereka yang ada pada tahap perkembangan *emerging adults*, yaitu mereka yang ada di rentang usia 18-25 tahun (Arnett, 2000), hal ini dikarenakan orang-orang pada tahapan perkembangan tersebut dinilai sebagai basis usia utama dalam konsumsi budaya pop, termasuk budaya pop Korea seperti musik dan program televisi. Hal ini ditambah dengan kehadiran situs streaming online dan VOD yang mempermudah akses untuk mengonsumsi budaya pop Korea secara cepat. Selain itu juga, orang-orang pada tahapan *emerging adults* juga lebih bebas dalam mengatur waktu mereka sehingga mudah bagi mereka menyisipkan waktu untuk belajar bahasa Korea hingga mereka mampu menguasainya.

Kedua, penelitian terbatas pada mereka yang sudah pernah dan atau sedang menonton program *survival show* musik Korea dimana jenis program ini merupakan salah satu format program *structured reality TV* dengan genre dasar yaitu *talent show*, sebuah bentuk acara dimana peserta menunjukkan bakat mereka untuk memenangkan berbagai hadiah (*Collins English Dictionary*, n.d.). Jenis acara ini dipilih karena kebanyakan acara *survival show* memiliki target penonton remaja hingga dewasa awal, meskipun terdapat beberapa acara yang segmentasi penontonnya lebih banyak di usia 30-40an, namun tidak sedikit juga penonton

dengan usia lebih muda yang menonton acara tersebut, terutama dari kalangan fans global.

Ketiga, *third language acquisition* mengacu pada definisi *third language acquisition* milik Cenoz (2003) yang mengatakan bahwa *third language acquisition* merupakan sebuah proses akusisi bahasa non-native yang dilakukan setelah menguasai atau sambil menguasai dua bahasa lain baik secara *simultaneous* maupun *consecutive*. Namun, dalam penelitian ini, penulis hanya membatasi proses tersebut pada titik *vocabulary acquisition*, yaitu proses bagaimana seseorang menguasai kata-kata baru dalam suatu bahasa.

1.4.Rumusan Masalah

Apakah konsumsi program televisi korea berjenis *Survival Show* dapat mempengaruhi *third language vocabulary acquisition* pada *emerging adults* di Indonesia?

1.5.Tujuan Penelitian

Penelitian memiliki tujuan untuk melihat pengaruh penggunaan media hiburan berformat *survival show* sebagai media untuk belajar bahasa ketiga. Khususnya dalam pembelajaran Bahasa Korea

1.6.Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini antara lain

1. Untuk menambah pengetahuan mengenai penggunaan media hiburan sebagai salah satu media belajar bahasa ketiga yang efektif sesuai dengan kajian teori *language acquisition* yang telah ada.
2. Sebagai kajian dan acuan bagi penelitian-penelitian serupa mengenai pembelajaran bahasa ketiga secara informal.

1.6.2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari penelitian ini antara lain adalah

1. Sebagai sumber inspirasi kepada masyarakat bahwa media hiburan dapat menjadi sumber belajar bahasa yang efektif.
2. Sebagai pedoman dan pertimbangan untuk belajar bahasa asing secara efektif melalui metode informal dengan cara memanfaatkan media hiburan yang mudah diakses bahkan melalui *smartphone*.