

Gereja Dalam Menghadapi Fenomena *Korean Wave* Terhadap Perkembangan Gaya Hidup Generasi Z

Jessica Martha¹ Manlian Ronald A. Simanjuntak²

Harvest International Theological Seminary¹ Universitas Pelita Harapan²

jscmrthaa@gmail.com¹, manlian.adventus@gmail.com²

Article History

Submitted:

10 Agustus 2023

Accepted:

17 November 2023

Published:

Desember 2023

DOI:

<https://10.47530/edulead.v4i2.159>

Copyright: ©2023, Authors.

Keywords:

Situational Leadership; Church; Gen-Z; Indonesia; Cultural Disruption; South Korea.

Kata-kata kunci:

Kepemimpinan Situasional; Gereja; Gen-Z; Indonesia; Disrupsi Budaya; Korea Selatan.

Scan this QR Read Online



License:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



Abstract: *Gen-Z's reactions to the spread of Korean culture range from admiration and awe to addiction, a desire to belong, and loyalty. The parents became concerned and hoped that the church leadership would have the fortitude to take action to address this condition. The author applied situational leadership theory by Hersey and Blanchard in conjunction with a case study research method. The author also collected information through 360-person surveys, interviews with five parents, and literature reviews. The findings of this study also showed that church leaders can use the situational leadership model to deal with cultural disruptions among Gen-Z. Situational leadership can be practiced in four basic styles: directing, coaching, participating, and delegating. However, to achieve effective results, the application of this leadership model must also be supported by the level of maturity of parents and Gen-Z.*

Abstrak: Gen-Z memiliki berbagai ekspresi dalam merespons penyebaran budaya Korea, mulai dari rasa suka dan kagum, candu, ingin memiliki, hingga loyalitas. Para orang tua pun mulai merasa khawatir dan berharap pimpinan gereja berani mengambil tindakan untuk menghadapi kondisi tersebut. Penulis menggunakan teori kepemimpinan situasional dari Hersey dan Blanchard dengan metode penelitian studi kasus. Penulis pun mengumpulkan data dengan menggunakan metode survei terhadap 360 responden, wawancara dengan lima orang tua, dan studi literatur. Hasil penelitian ini pun menunjukkan bahwa model kepemimpinan situasional dapat diterapkan oleh para pemimpin gereja dalam menghadapi disrupsi budaya di tengah Gen-Z. Ada empat gaya dasar kepemimpinan situasional yang dapat dipraktikkan, antara lain *directing*, *coaching*, *participating*, dan *delegating*. Namun, praktik model kepemimpinan tersebut harus disesuaikan pula dengan tingkat kematangan para orang tua dan Gen-Z agar mencapai hasil yang efektif.

PENDAHULUAN

Globalisasi dan revolusi industri telah mengubah segala aspek kehidupan manusia menjadi semakin terhubung dan saling mempengaruhi secara global. Menurut Irwan Abdullah, globalisasi tidak menyesuaikan diri dengan pola tradisi masyarakat tradisional, justru globalisasi mengintegrasikan masyarakat dalam tatanan global (Abdullah, 2006). Penetrasi globalisasi yang semakin cepat dan masif pun menghasilkan kondisi gegar budaya (*culture shock*) bagi masyarakat tradisional dan dirupsi budaya. Salah satu bentuk dirupsi budaya yang terjadi karena munculnya globalisasi adalah *Korean Wave* atau *Hallyu* dalam Bahasa Korea.

Menurut laporan yang dikeluarkan oleh *Korea Foundation* pada tahun 2022, sebanyak 178 juta orang dari 118 negara teridentifikasi merupakan penggemar *Hallyu* (Korea Foundation, 2022). Indonesia sendiri menjadi salah satu negara yang merasakan dirupsi budaya karena munculnya *Korean Wave*. Terkhusus Indonesia, Presiden Korea Tourism Organization (KTO), Kim Jang-Sil menyatakan konsumsi konten budaya Korea di Indonesia sangatlah besar hingga mencapai 35 % jika dibandingkan 26 negara lain yang KTO teliti tahun 2023 (Kompas, 2023). Sama halnya dengan KTO, *Korean Foundation for International Cultural Exchange* (KOFICE) pada tahun 2021 melaporkan bahwa Indonesia menjadi negara ke-4 tertinggi di dunia yang paling tertarik dengan *Korean Wave*. Angka ketertarikan dalam menggunakan produk dan layanan asal Korea Selatan pun semakin meningkat hingga menduduki peringkat ke-4 di dunia (Lidwina, 2021).

Fenomena *Korean Wave* pada Generasi Z atau Gen-Z ini mulai memunculkan kekhawatiran di tengah

masyarakat Indonesia. Banyak pihak menyatakan bahwa kegemaran Gen-Z terhadap budaya Korea Selatan dinilai dapat menghilangkan kecintaan mereka terhadap budaya tradisional Indonesia. Minat Gen-Z yang tinggi terhadap budaya Korea Selatan pun ternyata dapat memengaruhi gaya hidup, pola pikir, hingga karakter mereka, sebut saja fanatisme, konsumtif, dan lainnya. Jika dibiarkan begitu saja, kondisi ini tentu akan memengaruhi kualitas generasi penerus bangsa Indonesia.

Oleh sebab itu, pihak-pihak terkait perlu mencari solusi terbaik untuk menghadapi dirupsi budaya Korea Selatan di Indonesia, khususnya Gen-Z. Pihak terkait yang dimaksud antara lain keluarga, lembaga pendidikan, hingga gereja. Pihak-pihak tersebut perlu mengembangkan sebuah gaya kepemimpinan yang dapat digunakan dalam mendampingi hingga memengaruhi Gen-Z agar tidak terpengaruh oleh budaya asing secara berlebihan. Berdasarkan penjelasan tersebut, penulis memaparkan model kepemimpinan yang relevan dalam menghadapi dirupsi budaya Korea Selatan di Indonesia. Penulis menyatakan bahwa nilai-nilai dalam model kepemimpinan situasional dapat membantu para pihak terkait untuk menghadapi Gen-Z yang bertumbuh di tengah dirupsi budaya. Alasannya, model kepemimpinan situasional tentu memiliki karakteristik yang mampu beradaptasi dengan cepat dengan situasi yang dinamis. Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan rekomendasi kepada pihak terkait ataupun para pembaca solusi dalam menghadapi dirupsi budaya yang dapat memengaruhi kehidupan Gen-Z.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan studi kasus, yaitu penyusunan analisis yang dilakukan secara mendalam

terkait isu spesifik dengan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu (Creswell, 2014). Adapun pengumpulan data sendiri dilakukan dengan menggunakan tiga metode berbeda yaitu dengan menggunakan kajian literatur, survei, dan wawancara. Kajian literatur yang penulis lakukan dipusatkan pada data sekunder, antara lain jurnal, buku, dan artikel berita yang diakses melalui internet. Sedangkan untuk survei, penulis menggunakan data primer yang berasal dari survei yang dibagikan secara acak untuk memperoleh data mengenai kegemaran Gen-Z terhadap budaya Korea Selatan di Indonesia dan pengaruhnya dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, penulis berhasil mendapatkan 360 responden yang tinggal di berbagai wilayah di Indonesia dan tergabung dalam sebuah komunitas penggemar budaya Korea. Penulis juga melakukan pengumpulan data melalui metode wawancara dengan mewawancarai lima orang tua yang memiliki anak berusia 15-20 tahun dan menggemari budaya Korea. Data yang telah penulis kumpulkan akan penulis analisis menggunakan teori model kepemimpinan situasional guna memperkuat analisis tentang model kepemimpinan yang relevan dalam menghadapi disrupsi budaya, khususnya terkait masifnya budaya *Korean Wave* pada Gen-Z di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Korean Wave pada Gen-Z di Indonesia

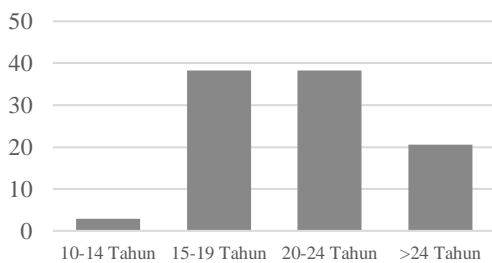
Istilah *Korean Wave* atau *Hallyu* pertama kali dipakai oleh *Beijing Youth Daily*, sebuah media China pada artikel yang mereka rilis di tanggal 19 November 1999. *Beijing Youth Daily* merujuk istilah *Korean Wave* sebagai sebuah fenomena dimana banyak masyarakat China mulai menggemari budaya Korea khususnya pada musik pop dan drama produksi Korea Selatan yang

mulai ditayangkan di China pada akhir 1990-an (Kim Ji-Myung, 2012). Saat ini, istilah *Korean Wave* merujuk pada fenomena menyebarnya serial televisi, film, aliran musik pop, gaya berpakaian, gaya *make up*, animasi, *video games*, literatur, budaya, makanan, segala sesuatu yang diproduksi oleh Korea Selatan ke negara lain (Oh Chu-Yun, 2014). Jika ditarik ke belakang, penyiaran media di Korea Selatan tidaklah semasif saat ini. Hal ini dikarenakan kondisi perpolitikkan Korea Selatan yang sarat akan kontrol dan pemberlakuan sensor dari pemerintah pusat, salah satunya pada media. Barulah pada tahun 1990, liberalisasi terhadap media di Korea Selatan dimulai melalui diizinkan stasiun televisi swasta mengudara oleh Majelis Nasional. Alhasil, sejumlah serial televisi Korea Selatan mulai diekspor ke beberapa negara tetangga. '*Autumn In My Heart*' dan '*Firework*' menjadi dua serial televisi Korea Selatan yang membuka jalan *Korean Wave* ke negara-negara tetangga di Asia, Timur Tengah, Eropa, hingga Amerika. Fenomena 'meledaknya' budaya Korea Selatan ini pun menarik perhatian banyak media, termasuk *The Cable News Network* (CNN), yang memberikan julukan *Hollywood of the East* (Korean Culture and Information Service, 2011).

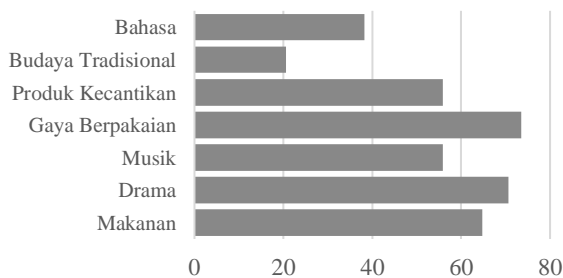
Perkembangan *Korean Wave* yang begitu cepat membuat Pemerintah Korea Selatan menjadikan *Korean Wave* sebagai salah satu strategi diplomasi negara. Untuk mendorong ekspansi *Korean Wave*, setiap tahunnya Pemerintah Korea Selatan mendistribusikan dana APBN besar kepada Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan (Sumeyye Dilara Dicer, 2023). Untuk tahun 2023 saja, Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata Korea Selatan mendapatkan dana APBN sebesar 1,5 Triliun Won (Shin Min-

Hee, 2023). Selain dana, Pemerintah Korea Selatan melalui Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata-nya mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang pro terhadap *Korean Wave* seperti pengurangan pajak tertentu untuk industri kebudayaan, paspor diplomatik, hingga izin penundaan wajib militer untuk pekerja seni. Hal ini dilakukan semata-mata untuk mendukung ekspansi *Korean Wave* ke seluruh dunia (Sumeyye Dilara Dicer, 2023). Tindakan yang dilakukan Pemerintah Korea Selatan berbuah manis karena per tahun 2021 saja *Korean Wave* membuat Korea Selatan mendapat devisa sebesar 12,4 Miliar US Dollar hanya dari ekspor konten budaya saja (M. Ikhsan Tualeka, 2023).

Grafik 2.
Kelompok Umur Responden
Penggemar Korean Wave



Grafik 3.
Produk Hallyu yang Digemari Gen-Z di
Indonesia
[Pilih lebih dari satu]



Di Indonesia, *Korean Wave* mulai dikenal melalui beberapa serial televisi seperti ‘*Winter Sonata*’, ‘*Autumn In My Heart*’, dan ‘*Jewel In the Palace*’ pada tahun 2000-2003. Sejak itu, stasiun televisi di

Indonesia berlomba-lomba menayangkan film maupun serial televisi asal Korea Selatan. Tingkat antusiasme masyarakat Indonesia terhadap film dan drama Korea pun meningkat. Bahkan, tidak sedikit drama atau serial televisi Indonesia yang mengikuti tren atau mengadopsi elemen drama Korea Selatan, baik genre, tema, hingga musik/*soundtrack*. Setelah itu, *Korean Pop Music* (K-Pop) juga berhasil diterima dengan baik oleh pendengar musik di Indonesia. Bahkan Indonesia dinobatkan sebagai pasar K-Pop terbesar dengan pertumbuhan tercepat di Asia Tenggara. Jumlah kelompok penggemar (*fandom*) juga terus bertambah. Tidak berhenti disitu, produk-produk lainnya juga mulai masuk ke pasar Indonesia, mulai dari makanan, minuman, hingga produk kecantikan masuk dengan mudahnya ke Indonesia (Korean Culture and Information Service, 2011).

Berdasarkan fakta-fakta tersebut, Penulis pun mengumpulkan data secara acak mengenai para penggemar *Korean Wave* di Indonesia. Dari 360 data yang berhasil dikumpulkan penulis (perempuan 91,2% dan laki-laki 8,8%), penggemar *Korean Wave* di Indonesia didominasi oleh Gen-Z (15-19 dan 20-24 tahun) serta mayoritas berjenis kelamin perempuan (Grafik 2). Pada Grafik 3 ditunjukkan bahwa gaya berpakaian idola asal Korea Selatan paling digemari oleh responden. Produk lainnya yang mereka sukai adalah drama, makanan, produk kecantikan (*make up*), musik (K-Pop), dan bahasa Korea. Gen-Z ini mengakui bahwa mereka tidak hanya menyukai budaya tersebut, tetapi juga mengadopsinya dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu responden mengungkapkan “*Aku suka lihat gimana fashionnya Korea, lalu aku ikutin.*” Responden lain menyatakan bahwa mereka mulai tertarik belajar bahasa Korea dan sering juga digunakan dalam percakapan

sehari-hari. Salah satu temuan menarik adalah adanya sejumlah responden yang mengungkapkan “*Aku berharap kehidupan di Indonesia bisa sebebaskan Korea Selatan. Misalnya, dalam pacaran atau pertemanan sehari-hari.*” Lainnya mengungkapkan “*Aku berharap bisa sekolah bahkan tinggal di Korea, bukan di Indonesia.*” Hasil survei yang dikumpulkan oleh penulis menunjukkan bahwa responden menerima budaya Korea Selatan dengan positif bahkan mulai memengaruhi gaya hidup sehari-hari.

Dampak Disrupsi Korean Wave terhadap Perkembangan Gaya Hidup Gen-Z di Indonesia

Masuknya budaya Korea Selatan di Indonesia menjadi lebih mudah karena pemanfaatan media dan teknologi internet. Tanpa disadari, nilai-nilai budaya Korea Selatan telah melebur dengan nilai-nilai budaya Indonesia. Parida mengatakan hal ini membuktikan Indonesia merupakan negara yang terbuka dan memiliki toleransi tinggi di era disrupsi dan budaya pop yang berkembang (Parida et al., 2023). *Korean Wave* telah menjadi bagian gaya hidup banyak orang, tidak terkecuali Gen-Z. Dalam kasus ini, budaya Korea Selatan telah masuk ke Indonesia selama beberapa dekade dengan berbagai macam unsurnya. Budaya Korea pun sejak awal diterima dengan baik oleh masyarakat Indonesia sehingga tanpa sadar telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari.

Dari hasil penelitian penulis, menemukan sejumlah fakta mengenai dampak hadirnya *Korean Wave* pada Gen-Z. Secara garis besar, hadirnya *Korean Wave* membuat masyarakat ingin semakin mengenal budaya khas Korea Selatan. Sebanyak 15,8% responden yang menyatakan kegemarannya terhadap bahasa

Korea. Bahkan, sebagian mulai mempelajari bahasa Korea, baik melalui lembaga bahasa ataupun belajar mandiri. Responden lainnya pun mengakui bahwa beberapa kosakata Korea sering mereka selipkan dalam percakapan sehari-hari, misalnya *Annyeong haseyo* (artinya: apa kabar?), *Chukhahaeyo* (artinya: selamat), *Kamsahamnida* (artinya: terima kasih), *Saranghae* (artinya: aku mencintaimu), *Hwaiting* (artinya: semangat), dan *Aigo* (artinya: aduh). Negatifnya, hadirnya *Korean Wave* justru membuat masyarakat Indonesia lebih menyukai budaya Korea Selatan dan sedikit demi sedikit meninggalkan budaya Indonesia. Hal ini terlihat dari jawaban dari 10,5% responden yang mengakui keinginan mereka untuk dapat tinggal sementara maupun menetap di Korea Selatan karena merasa kehidupan di Korea Selatan lebih menarik ketimbang di Indonesia berdasarkan apa yang mereka lihat di serial televisi Korea Selatan. Kemudian, terdapat 5,3% responden menyatakan alasan studi menjadi salah satu faktor pendorong mereka ingin menetap di Korea Selatan. Responden lainnya bahkan menyatakan pergaulan di Korea Selatan yang notabene lebih bebas menjadi alasan mereka ingin menetap di Korea Selatan dibandingkan di Indonesia.

Menurut Putri dkk, terdapat empat poin penting dalam menganalisis ekspresi sikap Gen-Z sebagai penggemar *Korean Wave*, antara lain rasa suka dan kagum yang tinggi, *addiction*, rasa ingin memiliki, dan loyalitas. Keempat poin ini berkaitan dengan bagaimana budaya Korea berpengaruh terhadap pola pikir dan gaya hidup seseorang. Rasa suka dan kagum yang tinggi terlihat dari sikap mereka terhadap idola atau produk yang berkaitan dengan budaya Korea (Putri dkk., 2019). Hal ini senada dengan hasil survei yang Penulis dapatkan dimana sebanyak 14,7% responden menyatakan diri

mereka mulai ‘*addicted*’ dengan kebudayaan Korea. Mereka merasa setiap hari perlu waktu khusus untuk menonton serial televisi Korea, mendengar musik Korea, atau melihat idolanya melalui media sosial. Beberapa responden mengakui bahwa melihat produk-produk budaya Korea dapat menghibur mereka setelah menjalani berbagai aktivitas yang melelahkan. Selain itu, drama Korea dan K-Pop pun diakui dapat membantu mereka menghilangkan stress. Lainnya, sebesar 2,9% responden mengakui bahwa mereka rela mengeluarkan uang untuk membeli berbagai produk Korea, mulai dari makanan/minuman asal Korea, produk kecantikan, hingga *merchandise* grup musik Korea yang mereka sukai. Bahkan, ada pula responden yang mengakui bahwa ia rela mengeluarkan sejumlah uang untuk membeli konser tiket salah satu *boyband* asal Korea. Salah satu responden menyatakan “*Pengen banget ke Korea buat ketemu idola aku!*” Kemudian, 2,9% responden lainnya mengungkapkan kalau mereka tidak hanya mengagumi idolanya. Mereka akan ikut marah ketika idolanya diserang *haters*, dikomentari hal-hal yang buruk, atau diperlakukan tidak baik. Mereka bahkan rela melakukan apapun untuk memastikan idolanya tidak mendapatkan komentar atau perlakuan yang buruk.

Meskipun sekilas tidak menunjukkan dampak yang negatif, rasa suka dan kagum Gen-Z terhadap budaya Korea membuat para orang tua khawatir. Penulis mewawancarai lima orang tua yang memiliki anak remaja berumur 15-20 tahun. Beberapa kekhawatiran para orang tua, antara lain anak lebih banyak menghabiskan waktu sendiri untuk menonton drama atau mendengarkan musik Korea daripada berkomunikasi dengan orang tua, tidak fokus belajar, menyerap dan mencontoh kebiasaan di drama Korea yang belum tentu sesuai dengan umurnya, dan

melupakan tugas dan tanggung jawab yang seharusnya dikerjakan. Para orang tua ini khawatir rasa suka dan kagum terhadap budaya Korea ini dapat memengaruhi perkembangan karakter dan kecerdasan anak-anaknya. Oleh karena itu, para orang tua ini pun berupaya membatasi anaknya dalam mengonsumsi produk budaya Korea. Berdasarkan hasil wawancara, ada beberapa upaya yang telah dilakukan oleh para orang tua, antara lain menetapkan batasan waktu untuk penggunaan perangkat elektronik, membatasi akses anak-anak terhadap konten tertentu, melibatkan anak-anak dalam kegiatan keluarga, dan meningkatkan komunikasi dengan anak-anaknya. Namun, para orang tua ini merasa upaya yang telah mereka lakukan tidak cukup. Mereka pun berharap adanya bantuan dari sekolah dan gereja dalam mengingatkan anak-anaknya mengenai bahaya konsumsi budaya Korea berlebihan. Salah satu orang tua mengungkapkan “*Saya sengaja memaksa anak saya untuk ikut komsel setiap minggu, bahkan ikut kegiatan apapun di gereja. Dengan begitu, waktu untuk dia buka sosmed dan nonton drakor berkurang.*” Orang tua lainnya mengungkapkan bahwa ia berusaha untuk mendampingi anaknya ketika menonton drama Korea. Tetapi itu pun terbatas karena beliau tetap harus bekerja sehingga tidak bisa mengawasi anaknya terus-menerus. Oleh karena itu, beliau mengatakan “*Saya berharap gereja bisa mengajarkan anak-anak untuk mengutamakan baca Alkitab, belajar, dibandingkan nonton drakor atau dengar lagu Korea. Mereka harus diajarkan apa yang benar-benar penting untuk hidup mereka.*”

Kepemimpinan Situasional Gereja sebagai Solusi Menghadapi Disrupsi Budaya

Pada dasarnya, orang tua memiliki peran signifikan dalam mendidik anaknya. Namun, orang tua kadang merasa terbatas sehingga memerlukan dukungan dari pihak lainnya, salah satunya gereja. Orang tua dan gereja pun akhirnya saling membantu dalam membentuk karakter anak yang tangguh menghadapi perkembangan lingkungan di sekitarnya. Hamilton menyatakan bahwa gereja dan keluarga Kristen saling berkaitan satu sama lain agar dapat berfungsi dengan baik di tengah kondisi dunia saat ini. Dalam hal ini, gereja memiliki peran penting dalam mendukung pembentukan dan perkembangan karakter setiap anak, khususnya yang berasal dari keluarga Kristen. (Simatupang, 2020). Orang tua kadang merasa terbatas dalam mengajarkan Firman Tuhan dan tidak semua anak remaja pun menempuh pendidikan di sekolah Kristen. Oleh karena itu, gereja menjadi satu-satunya sumber yang dipercaya orang tua untuk memberikan pengajaran dan pemahaman tentang nilai-nilai Firman Tuhan. Orang tua yakin bahwa Firman Tuhan merupakan sumber yang tepat untuk mendidik anak remaja.

Dalam kasus ini, Gereja pun diberikan tanggung jawab untuk mempersiapkan Gen-Z dalam menghadapi disrupsi budaya Korea. Menilik teori kepemimpinan situasional milik Blanchard, penulis menyatakan bahwa kepemimpinan situasional dapat menjadi salah satu cara yang diterapkan gereja dalam menghadapi dirupsi *Korean Wave* di tengah Gen-Z. Menurut Blanchard, kepemimpinan situasional merupakan model kepemimpinan fleksibel sehingga memungkinkan pemimpin untuk menyesuaikan pendekatannya dengan kebutuhan tiap individu yang menjadi pengikutnya. Model kepemimpinan

situasional mengakui bahwa tidak ada satu pendekatan yang cocok untuk semua situasi. Oleh sebab itu, kepemimpinan situasional dianggap relevan dalam menghadapi perubahan situasi yang cepat akibat globalisasi industri (Blanchard dkk., 1996).

Dalam teorinya, Blanchard mengungkapkan empat gaya dasar yang terkait dengan teori kepemimpinan situasional (S1-S4). *Pertama, directing* (S1). *Directing* dilakukan oleh pemimpin dengan cara memberi tahu para pengikutnya apa yang harus dilakukan dan bagaimana cara melakukannya. *Kedua, coaching* (S2). *Coaching* dilakukan dengan cara memberikan dukungan penuh terhadap pengikut, membantu pengikut membangun kepercayaan diri mereka, dan pemimpin menyediakan bimbingan dalam menjalankan tugas atau pekerjaannya. *Ketiga, supporting* (S3). *Supporting* dilakukan oleh pemimpin dengan cara menjadi pendengar yang baik bagi para pengikutnya. *Terakhir, delegating* (S4). *Delegating* dilaksanakan pemimpin dengan memberikan kesempatan lebih banyak kepada para pengikutnya untuk membuat keputusan atau tindakan.

Para pemimpin gereja sebagai salah satu aktor penting dalam pertumbuhan dan perkembangan karakter Gen-Z dapat menerapkan kepemimpinan situasional, secara khusus untuk menghadapi disrupsi budaya Korea. *Pertama*, dalam situasi dimana jemaat membutuhkan arahan dan kejelasan, pemimpin gereja dapat menerapkan *directing*, yaitu menyampaikan kepada Gen-Z dan orang tuanya tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi disrupsi budaya Korea. Pemimpin gereja dapat menggunakan *directing* untuk memberikan petunjuk jelas tentang apa yang diharapkan dari setiap jemaatnya. Pemimpin gereja juga dapat memberikan arahan terkait visi, misi, dan tujuan yang perlu dicapai.

Pemimpin gereja dapat memanfaatkan berbagai *event* dan *platform*, mulai dari ibadah Minggu, kelompok sel, atau pertemuan ibadah lainnya. Hal ini sejalan dengan Ibrani 10:25 yang menyatakan “*Janganlah kita menjauhkan diri dari pertemuan-pertemuan ibadah kita, seperti dibiasakan oleh beberapa orang, tetapi marilah kita saling menasihati, dan semakin giat melakukannya menjelang hari Tuhan yang mendekat.*” Selain di pertemuan-pertemuan ibadah, pemimpin gereja pun dapat memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan upaya menghadapi disrupsi budaya di tengah remaja.

Berikutnya, pemimpin gereja dapat menerapkan pendekatan *coaching* sekaligus *supporting* kepada para jemaat yang membutuhkan dukungan dan bimbingan ekstra. Pendekatan ini dilakukan dengan memberikan dukungan penuh dan membantu jemaat dalam membangun kepercayaan diri mereka, khususnya dalam menghadapi tantangan disrupsi budaya. Dukungan dan bimbingan dapat ditujukan kepada jemaatnya, baik orang tua maupun remaja. Para pemimpin gereja juga dapat memberikan waktunya untuk mendengarkan dan membimbing para orang tua dalam menghadapi pertumbuhan remaja di tengah disrupsi budaya. Pendampingan juga dapat dilakukan kepada para remaja, khususnya tentang bagaimana mereka sebaiknya merespons berbagai produk budaya Korea yang semakin menyebar di tengah pergaulan mereka. Pemimpin gereja dapat menunjuk beberapa mentor untuk membantu pendampingan, baik mentor untuk para orang tua maupun remaja. Kehadiran mentor diharapkan dapat membantu pendampingan berjalan lebih efektif. Mereka pun dapat melakukan *coaching* dan *supporting* di kelompok sel. Perlu diingat, pendampingan

yang dilakukan sebaiknya sejalan dengan kebenaran Firman Tuhan sehingga orang tua dan remaja di dalam gereja mendapatkan ajaran yang paling baik.

Selama pemimpin memberikan pengajaran dan pendampingan, seorang pemimpin gereja pun perlu membangun kepercayaan diri setiap jemaatnya. Jemaat perlu diyakinkan bahwa keputusan mereka untuk tidak terpengaruh dengan disrupsi budaya Korea bukan sesuatu yang salah. Sebaliknya, keputusan tersebut sejalan dengan Roma 12:2 yang menyatakan “*Janganlah kamu menjadi serupa dengan dunia ini, tetapi berubahlah oleh pembaharuan budimu, sehingga kamu dapat membedakan manakah kehendak Allah: apa yang baik, yang berkenan kepada Allah dan yang sempurna.*” Artinya, keputusan para remaja untuk memisahkan diri dan tidak terbawa arus disrupsi budaya bukan keputusan yang salah. Begitu pula dengan proses yang dijalani orang tua dalam mendidik, mendampingi, dan mendukung anak-anaknya.

Dalam menghadapi disrupsi budaya, pemimpin gereja juga dapat menerapkan *delegating*, yaitu memberikan kesempatan lebih besar kepada para anggota jemaat untuk berpartisipasi dalam merumuskan strategi dan inisiatif adaptasi. Hal ini tidak hanya menciptakan rasa kepemilikan bersama terhadap perubahan, tetapi juga memanfaatkan kreativitas, pemikiran, dan pengalaman yang dimiliki oleh jemaat. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan gereja ketika mau menerapkan *delegating*, antara lain 1) menyelenggarakan forum diskusi dan konsultasi reguler untuk membahas perubahan budaya dan strategi adaptasi; 2) membentuk kelompok kerja atau tim tugas yang beranggotakan jemaat dengan keahlian/minat khusus terkait perubahan budaya; 3) menyediakan pelatihan dan

pendidikan bagi anggota jemaat dalam merespons perubahan budaya; 4) mendorong partisipasi aktif jemaat dalam seminar atau program pembelajaran yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman akan dinamika perubahan budaya; 5) mendorong budaya umpan balik yang terbuka di antara anggota jemaat; 6) mengakui dan menghargai kontribusi anggota jemaat yang telah berkontribusi dalam proses merumuskan strategi dan inisiatif adaptasi.

Keempat gaya kepemimpinan situasional ini tentunya perlu dipraktikkan terus-menerus oleh para pemimpin gereja. Selain itu, dalam pelaksanaannya, para pemimpin gereja pun perlu menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang berkembang. Di sisi lain, pemimpin gereja juga sebaiknya memerhatikan tingkat kematangan jemaatnya. Tingkat kematangan tersebut akan berkaitan dengan empat gaya kepemimpinan situasional dasar yang dapat dilakukan. Menurut Hersey dan Blanchard, terdapat empat tingkat kematangan. *Pertama*, tingkat kematangan rendah (M1) yang ditandai dengan belum adanya kemauan dan kemampuan dari pengikut. Jika dikaitkan dengan disrupsi budaya, artinya orang tua dan remaja belum tahu apa yang harus dilakukan dalam menghadapi disrupsi tersebut. *Kedua*, tingkat kematangan rendah ke sedang (M2) yang ditandai dengan mulai adanya kemauan, namun masih belum optimal karena apa yang harus dilakukan ternyata sulit. Jika tidak ada respons dari pemimpin, pengikut akan menjadi *a disillusioned learner*. *Ketiga*, tingkat kematangan sedang ke tinggi (M3) yang ditandai dengan kemampuan yang dimiliki pengikut namun pemimpin masih perlu diyakinkan agar kepercayaan dirinya semakin meningkat. Terakhir, tingkat kematangan tinggi (M4) yaitu tahapan yang ditandai dengan tingginya tingkat

kepercayaan diri pengikut, sadar dengan kemampuannya, dan siap menjalankan tugas maupun tanggung jawabnya.(Hersey & Blanchard, 2002:275)

Hersey dan Blanchard sudah mengungkapkan bahwa seharusnya setiap tingkat kematangan (M1-M4) memerlukan gaya kepemimpinan situasional yang berbeda-beda. Berikut tabel yang memetakan hubungan kematangan dan keefektifan kepemimpinan situasional.

Tabel 1. Pemetaan Tingkat Kematangan Pengikut dan Gaya Kepemimpinan Situasional

Kematangan	Gaya Kepemimpinan Situasional			
	Paling Efektif	Efektif	Cukup Efektif	Tidak Efektif
M1	S1- Directing	S2- Coaching	S3- Participating	S4- Delegating
M2	S2- Coaching	S1- Directing S3- Participating	-	S4-Delegating
M3	S3- Participating	S2- Coaching S4- Delegating	-	S1- Directing
M4	S4- Delegating	S3- Participating	S2- Coaching	S1- Directing

Sumber: (Hersey & Blanchard, 2002)

Berdasarkan Tabel 1, artinya, tiap pemimpin gereja perlu mengenal tingkat kematangan jemaatnya terlebih dahulu. Tanpa mengetahui tingkat kematangan, pemimpin gereja akan mengalami kesulitan untuk menerapkan gaya kepemimpinan situasional. Para pemimpin gereja dapat mempelajari terlebih dahulu bagaimana pengetahuan, pandangan, dan sikap jemaat di dalam gerejanya mengenai disrupsi budaya Korea di tengah Gen-Z. Tabel 1 pun bisa menjadi bahan evaluasi bagi para pemimpin gereja yang sudah mencoba menerapkan gaya kepemimpinan situasional.

Pemimpin dapat mengubah gaya kepemimpinan yang selama ini dijalankan jika ternyata belum menghasilkan pencapaian sesuai dengan harapan atau sasaran gereja. Selain itu, tabel pemetaan di atas pun dapat menjadi pegangan para pemimpin ketika situasi mengalami perubahan yang terus-menerus terjadi akibat globalisasi dan revolusi industri.

KESIMPULAN

Hadirnya *Korean Wave* di Indonesia menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi banyak pihak, tak terkecuali gereja, orang tua, dan Gen-Z. Pengaruh yang dibawa *Korean Wave* membuat orang tua khawatir akan perkembangan karakter anak-anaknya yang telah memasuki dunia remaja. Walaupun tidak semua hal yang dibawa oleh *Korean Wave* buruk, sebagian orang tua berpendapat hadirnya *Korean Wave* justru membuat anak-anak mereka kecanduan dengan budaya Korea, hingga rela menghabiskan waktu, uang, bahkan mau melakukan apapun (*all out*) demi hal yang digemarinya.

Melihat kondisi tersebut, para orang tua pun merasa perlu ada upaya yang tepat dalam menghadapi perkembangan Gen-Z di tengah disrupsi budaya Korea. Para orang tua pun ingin gereja terlibat dalam mendidik remaja agar terbentuk karakter yang positif dan sesuai dengan kebenaran Firman Tuhan. Penelitian ini berusaha melihat peran gereja dalam menghadapi fenomena *Korean Wave* terhadap Gen-Z melalui kacamata teori kepemimpinan situasional. Dalam kasus ini, para pemimpin di gereja perlu mengaplikasikan model kepemimpinan yang dapat membantu mereka merespons perubahan yang diakibatkan oleh hadirnya *Korean Wave*. Oleh karena itu, model kepemimpinan situasional menjadi salah satu alternatif yang dapat diterapkan oleh gereja,

mulai dari *directing*, *coaching*, *participating*, dan *delegating*.

Tentu keempat gaya kepemimpinan situasional tersebut harus disesuaikan pula dengan tingkat kematangan jemaatnya, baik itu orang tua ataupun Gen-Z yang ada di dalam gereja. Ada empat tingkat kematangan yang perlu diperhatikan, antara lain tingkat kematangan rendah (M1), tingkat kematangan rendah ke sedang (M2), tingkat kematangan sedang ke tinggi (M3), dan tingkat kematangan tinggi (M4). Masing-masing tingkat kematangan akan memerlukan gaya kepemimpinan situasional yang berbeda. Para pemimpin gereja dinilai perlu memperhatikan tingkat kematangan jemaat sehingga gaya kepemimpinan yang dipraktikkan pun dapat mencapai hasil yang efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2006). Dari Bounded System ke Boundaries Society: Krisis Metode Antropologi dalam Memahami Masyarakat Masa Kini. *Antropologi Indonesia*, 30(2), 185–192.
- Blanchard, K., Hersey, P., & Johnson, D. (1996). *Management of Organizational Behavior Utilizing Human Resources* (7 ed.). Prentice Hall, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Approaches: Fourth Edition*. SAGE Publications.
- Dimock, M. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Generation Z Begins*. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>.

- Hersey, P., & Blanchard, K. (2002). *Management of Organization Behavior*. Penerbit Erlangga.
- Kedutaan Besar Republik Korea untuk Republik Indonesia. *Hallyu: Gelombang Korea (한류: Korea Wave)*. https://overseas.mofa.go.kr/id-id/wpge/m_2741/contents.do.
- Kim Ji-Myung. (3 Agustus 2012). *Serious Turn For Hallyu 3.0*. Korean Times. https://www.koreatimes.co.kr/www/opinion/2012/08/355_116574.html
- Korea Foundation. (2023). *Global 'Hallyu' Fans Exceed 178 Million*. <https://www.kf.or.kr/kfNewsletter/mgzinSubViewPage.do?mgzinSn=14061&mgzinSubSn=26490&langTy=ENG>
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles Of Marketing* (10 ed.). Pretince Hall.
- Lidwina, A. (2021). *Korean Wave Dorong Orang Indonesia Beli Produk Korea Selatan*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/korean-wave-dorong-orang-indonesia-beli-produk-korea-selatan>.
- Maran, R. R. (2007). *Manusia Dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Rineka Cipta.
- Monica, C. (2021). *Perbedaan Gaya Fashion Korea dan Jepang, Kamu Lebih Suka yang Mana?* <https://www.soco.id/post/lifestyle/60f53f100fc8c85dc5fd8e16/perbedaan-gaya-fashion-korea-dan-jepang>.
- M. Ikhsan Tualeka. (27 April 2023). *Investasi Netflix dan Korean Wave yang Makin Menjadi*. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2023/04/27/083224326/investasi-netflix-dan-korean-wave-yang-makin-menjadi?page=all>
- Kim Ji-Myung. (3 Agustus 2012). *Serious Turn For Hallyu 3.0*. Korean Times. https://www.koreatimes.co.kr/www/opinion/2012/08/355_116574.html
- Korea Foundation. (2023). *Global 'Hallyu' Fans Exceed 178 Million*. <https://www.kf.or.kr/kfNewsletter/mgzinSubViewPage.do?mgzinSn=14061&mgzinSubSn=26490&langTy=ENG>
- Korean Culture and Information Service. (2011). *The Korean Wave A New Pop Culture Phenomenon*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principles Of Marketing* (10 ed.). Pretince Hall.
- Lidwina, A. (2021). *Korean Wave Dorong Orang Indonesia Beli Produk Korea Selatan*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/08/korean-wave-dorong-orang-indonesia-beli-produk-korea-selatan>.
- Maran, R. R. (2007). *Manusia Dan Kebudayaan Dalam Perspektif Ilmu Budaya Dasar*. Rineka Cipta.
- Monica, C. (2021). *Perbedaan Gaya Fashion Korea dan Jepang, Kamu Lebih Suka yang Mana?* <https://www.soco.id/post/lifestyle/60f53f100fc8c85dc5fd8e16/perbedaan-gaya-fashion-korea-dan-jepang>.
- M. Ikhsan Tualeka. (27 April 2023). *Investasi Netflix dan Korean Wave*

- yang Makin Menjadi. Kompas. <https://money.kompas.com/read/2023/04/27/083224326/investasi-netflix-dan-korean-wave-yang-makin-menjadi?page=all>
- Nabilla Tashandra. (2023). *Penggemar Budaya Korea di Indonesia Dinilai Tinggi Di Antara 26 Negara*. Kompas. <https://travel.kompas.com/read/2023/09/01/150500827/penggemar-budaya-korea-di-indonesia-dinilai-tinggi-di-antara-26-negara?page=all>
- Oh Chu-Yun. (2014). The Politics of the Dancing Body: Racialized and Gendered Femininity in Korean Pop dalam *The Korean Wave: Korean Popular Culture in Global Context*. Palgrave Macmillan (53-81)
- Parida, N., Kurniawati, Y., & Willyam, V. (2023). Implementasi Sikap Toleransi Beragama dan Pengaruhnya Bagi Anak Di Era Disrupsi. *DIDAKTIKOS: Jurnal Pendidikan Agama Kristen*, 6(1), 44–55.
- Plummer, R. (1983). *Life Span Development Psychology: Personality and Socialization*. Academic Press.
- Putri, K. A., Amirudin, & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *NUSA*, 14(1), 125–135.
- Shin Min-Hee (13 Januari 2023). *Culture Ministry Finalizes 2023 Budget at Over 1,5 Trillion Won*. Korea Joong Ang Daily. <https://koreajoongangdaily.joins.com/2023/01/13/culture/artsDesign/korea-ministry-of-culture-sports-tourism-park-bo-gyoon/20230113181820070.html>
- Simatupang, H. (2020). Tugas dan Tanggung Jawab Guru Sekolah Minggu terhadap Masa Depan Gereja. *Jurnal Christian Humaniora*, 4(2), 30–39.
- Sumeyye Dilara Dicer. (11 September 2023). *From Cultural Phenomenon to State Strategy: South Korea 'Hallyu Policy'*. AA News Broadcasting System. <https://www.aa.com.tr/en/asia-pacific/from-cultural-phenomenon-to-state-strategy-south-koreas-hallyu-policy/2973735>