

# Pemanfaatan *Webtoon* sebagai Media Adaptasi dari Komik Cetak

RATU SU'UD HANUM & FIRMAN KURNIAWAN

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Indonesia  
E-mail: firman.kurniawan@ui.ac.id

**Abstrak** *Webtoon* adalah gabungan dari kata *web* dan *cartoon*, diartikan sebagai komik daring yang merupakan hasil adaptasi dari komik analog berbentuk cetak menjadi komik digital, disajikan dalam *layout* vertikal yang telah dioptimasi untuk layar komputer dan telepon seluler. Dalam bentuk digital pun *webtoon* masih diidentikkan dengan istilah *manga* (komik jepang) atau *manhwa* (komik korea). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *webtoon* sebagai media adaptasi dari komik cetak, menganalisis efek *webtoon* sebagai Gelombang Korea terhadap masyarakat, dan mengetahui fenomena yang tercipta di Indonesia seiring perkembangan industri *webtoon*. Metode penelitian ini adalah *Systematic Qualitative Literature Review* dan dianalisis berdasarkan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). Pada penelitian ini ditemukan hasil bahwa posisi *webtoon* sebagai industri serta pemanfaatannya dibuktikan cukup efektif dan menjanjikan pada berbagai bidang. Dimulai dari produksi, distribusi, konsumsi, bahkan model bisnis yang baru dan inovatif menjadikan *webtoon* sebagai contoh sukses dari peralihan analog ke digital, termasuk di Indonesia.

**Kata Kunci:** *Webtoon*, *Manhwa*, Komik Digital, Platformisasi

**Abstract** *Webtoon* is a combination of the words 'web' and 'cartoon', referring to online comics that are adapted from analog printed comics into digital form, presented in a vertical layout that has been optimized for computer and mobile phone screens. In digital form, webtoons are still associated with the terms *manga* (Japanese comics) or *manhwa* (Korean comics). This study aims to determine the use of *Webtoon* as a medium adapted from printed comics, analyze the effect of *Webtoon* as a Korean Wave on society, and understand the phenomenon that has emerged in Indonesia with the development of the *Webtoon* industry. This research method is a *Systematic Qualitative Literature Review* and is analyzed based on PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*). The results of this study indicate that the position of *Webtoon* as an industry and its utilization have been proven to be quite effective and promising in various fields, starting from production, distribution, consumption, and even new and innovative business models that have made *Webtoon* a successful example of the transition from analog to digital, including in Indonesia.

**Keywords:** *Webtoon*, *Manhwa*, Digital Comic, Platformization

CoverAge

Journal of Strategic  
Communication

Vol. 14, No. 1, Hal. 25-36

September 2023

Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Pancasila

Accepted July 27, 2023

Revised September 5, 2023

Approved September 13, 2023

## PENDAHULUAN

Era digital membawa begitu banyak perubahan dalam berbagai industri, tidak terkecuali industri baca selaku teknologi komunikasi. Begitu banyak peralihan dari analog ke digital, seperti buku yang menjadi *e-book*, juga majalah dan surat kabar yang tadinya didistribusikan dalam bentuk cetak, kini mulai beredar dalam bentuk digital melalui *website*. Buku pun terdapat beberapa jenis, seperti buku untuk pendidikan, komik, serta novel. Buku komik turut melarisi pasar digital dan melahirkan berbagai *platform* yang dapat menampung karya-karya penciptanya dengan metode distribusi yang lebih luas, mudah, dan murah. Bahkan terdapat portal berita yang menyajikan informasi mengenai olahraga dengan konten utama komik digital, sehingga dapat diteliti sebagai strategi bisnis media *online* olahraga (Saputra & Ciptadi, 2019). Tidak hanya sebagai media hiburan, namun banyak manfaat lain yang dapat diperoleh dari hadirnya komik digital, seperti sebagai media kritik sosial melalui bentuk komik strip (Ramadhani & Putra, 2017).

*Webtoon* adalah gabungan dari kata *web* dan *cartoon* (Nam & Jung, 2022), diartikan sebagai komik daring. Kelahiran *webtoon* adalah hasil adaptasi dari komik analog berbentuk cetak menjadi komik digital, disajikan dalam *layout* vertikal yang telah dioptimasi untuk layar komputer dan telepon seluler (Cho, 2021). Istilah ini pertama kali berkumandang di Korea diiringi dengan kehadiran *platform* bernama Naver Webtoon pada tahun 2014 besutan Naver Corporation, sebuah perusahaan yang berafiliasi dengan Line Corporation. Pada tahun tersebut, terdapat lebih dari 6,2 juta orang per hari (12% dari populasi Korea Selatan) mengunjungi dan membaca di *platform* Naver Webtoon (Cho, 2021). Di Indonesia sendiri, *platform* ini dirilis pada April 2015 dengan nama Line Webtoon dan telah mencapai enam juta pengguna aktif pada tahun 2019, di mana angka tersebut adalah jumlah terbesar dibanding negara-negara lainnya (Susilo et al., 2019).

Selain LineWebtoon, terdapat juga beberapa *platform webtoon* yang dapat dinikmati oleh para pengguna di Indonesia, seperti Webcomics, MangaToon, Tory Comics, dan sebagainya. Sebagai adaptasi sukses dari komik, *webtoon* menawarkan fitur-fitur digital, seperti eksperimen terhadap warna, jenis media yang dapat menjadi pelengkap pengalaman membaca yang dapat berupa musik, efek 3D, efek animasi, bahkan *Augmented Reality* (AR) atau *Virtual Reality* (VR). Selain itu, *webtoon* menawarkan potensi-potensi yang tidak dapat diraih oleh komik cetak, seperti pendistribusian secara gratis dan meluas, komunikasi aktif antara penulis dan pembaca, serta keuntungan dari periklanan (Cho, 2021).

Kini, hampir semua *webtoon* diproduksi oleh individu dan diterbitkan melalui *platform* tanpa memungut biaya. Semakin populernya model distribusi bebas ini telah mendefinisikan kembali norma konsumen konvensional, yaitu, *webtoon* adalah media yang umumnya dianggap sebagai konten budaya yang "dapat diakses secara bebas". Perubahan ini awalnya diharapkan dapat meningkatkan risiko bagi penerbit yang masih ada (Han & Jeon, 2011), sehingga hanya menyisakan *platform* dengan rute paling efektif untuk menjadi komikus. Berbagai sektor sosial, ekonomi, politik, pendidikan, dan budaya kini telah secara eksponensial bergantung pada *platform*, sehingga tidak berlebihan untuk menyebut lingkungan tempat kita hidup sebagai "masyarakat *platform*" (Van Dijck et al., 2018) di mana batas antara sektor publik dan privat, bisnis dan hiburan, pembuat dan pengguna, serta penulis dan pembaca menjadi kabur. Perkembangan bisnis industri *webtoon* terus melakukan adaptasi dan kebaruan, sehingga melahirkan karya-karya dalam berbagai bentuk. Melalui melesatnya perkembangan dalam taraf internasional serta terus berkembangnya nilai di mata masyarakat, sudah banyak *webtoon* yang akhirnya diadaptasi menjadi berbentuk film, iklan, drama TV, *game*, dan produk budaya lainnya, sehingga *webtoon* dapat dianggap sebagai salah satu sumber penting dalam industri budaya umum Korea Selatan dan Gelombang Korea (Kim & Yu, 2019).

Pada era digital, sudah banyak *platform* raksasa dianalisis dan diteliti dari berbagai perspektif. Namun, hingga saat ini, penelitian yang mempelajari lebih dalam mengenai narasi grafis, novel *web*, animasi, ilustrasi, dan segala bentuk seni yang didigitalisasi masih sangat terbatas (Cho, 2021). Melalui penelitian ini, diperoleh beberapa pertanyaan yang menjadi rumusan masalah, yaitu: (a) Bagaimana pemanfaatan *webtoon* sebagai media adaptasi dari komik cetak? (b) Apa perubahan yang muncul dari *webtoon* sebagai peralihan komik analog ke komik digital? Dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, maka dikumpulkan jurnal-jurnal dan artikel bidang komunikasi yang sudah terpublikasi secara daring dalam skala internasional.

### TINJAUAN PUSTAKA

Kehadiran *webtoon* dianggap sebagai sebuah wujud media terpisah, baik sebagai alat pedagogi (Choi, 2016), maupun sebagai media dari Gelombang Korea baru (Jang & Song, 2017). Dilihat melalui cara produksinya pun, *webtoon* memiliki proses yang berbeda dengan komik *web* atau digital serta komik analog, di mana komik *web* atau digital, biaya produksinya jauh lebih rendah dari pembuatan *webtoon*, karena tidak memerlukan alat menggambar seperti *drawing tablet* dan hanya perlu melakukan *scanning* atau proses transfer dari gambar analog ke gambar digital (Kim & Yu, 2019). *Webtoon* menawarkan gambar-gambar yang diatur sedemikian rupa agar pada saat penerapannya terhadap layar, penulis *webtoon* dapat mempresentasikan satu gambar besar yang memenuhi layar tanpa adanya *layout* seperti yang biasa terdapat pada komik *web* atau digital, di mana hal ini dinilai cukup penting dalam penyampaian cerita pada zaman komik cetak (Harvey, 1996).

*Webtoon* sebagai media yang dipublikasi secara digital membawakan kesempatan terhadap para penulis yang kesulitan memiliki akses untuk menerbitkan karyanya secara cetak. *Platform-platform webtoon* yang tersedia membuka kesempatan agar seluruh *Webtoonist* baik yang amatir dan profesional dapat mengirimkan kar-

yanya dan memiliki peluang agar diterbitkan secara resmi, di mana karya mereka bisa dipasarkan melalui iklan yang disponsori oleh pihak *platform*, atau *banner* yang ditempatkan pada halaman awal aplikasi *platform*. Hal ini membuat 'penghalang' yang sebelumnya begitu jelas pada komik cetak menjadi perlahan sirna. *Platform webtoon* yang tidak begitu memberikan kesan 'industri' karena kebebasan untuk mengunggah karya individu tanpa adanya pengaruh dari perspektif ekonomi, sosial, dan budaya, membuat *webtoon* yang tersebar secara digital membanjir (Kim & Yu, 2019), melesatnya perkembangan *platform webtoon*, serta industri itu sendiri. Melalui *interview* yang dilakukan oleh Ji-Hyeon Kim dan Jun Yu (2019), para pembuat konten, termasuk komikus yang menerima pelatihan pembuatan komik secara analog, menyatakan bahwa mereka dengan senang hati mempelajari teknik produksi komik secara digital walaupun hanya dengan otodidak dan perlahan beralih dari alat analog (pensil dan kertas) demi keefektifan biaya produksi pada konten digital.

Model bisnis pada era *webtoon* berbeda dengan komik cetak, di mana adaptasi cerita dari *webtoon* terkenal menjadi sebuah film atau drama cukup membludak di Korea dan menghasilkan penghasilan yang jumlahnya tidak sedikit, menjadi sebuah keuntungan tambahan terhadap *Webtoonist* karena telah menjual hak cipta atas karyanya (Kim & Yu, 2019). Model bisnis ini secara tidak langsung menuntut para *Webtoonist* untuk membuat narasi semenarik mungkin agar mendapatkan peluang ceritanya dijadikan film atau drama televisi. Menurut penelitian pemerintah yang dilansir oleh The Korea Times pada 19 Maret 2023, penjualan hak cipta *webtoon* Korea Selatan saat ini diperkirakan mencapai 18,8% dari seluruh pasar komik negara tersebut, menunjukkan nilai peningkatan penerapan strategi "satu sumber untuk multi guna" di industri kreatif Korea Selatan. Namun, selain nilai bisnis, *webtoon* juga memiliki nilai manfaat terhadap masyarakat. Di samping menyajikan cerita yang dikemas dengan menarik dan berkualitas, *webtoon* menyisipkan nilai-nilai yang juga berguna

pada berbagai bidang dan perspektif.

## METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor (Moleong, 2004), metodologi kualitatif adalah teknik penelitian deskriptif yang menghasilkan data deskriptif berupa pengetahuan dan perilaku yang diamati. Metode yang digunakan adalah *Systematic Qualitative Literature Review*. Beberapa sumber data dipilih untuk melakukan proses pencarian melalui Sage Journals, Science Direct, Scopus, dan Taylor & Francis. Scopus dipilih sebagai sumber utama karena merupakan sumber terlengkap hingga 71 juta data yang dimiliki. Sedangkan Sage Journals, Science Direct, dan Taylor & Francis digunakan sebagai sumber sekunder. Pencarian literatur dilakukan berdasarkan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*), yang mencakup *identification*, *screening*, *eligibility*, dan *inclusion*. Kriteria dan indikator data yang digunakan akan dijelaskan lebih rinci sebagai berikut.

Pada proses pertama yaitu *Identification*, dilakukan pencarian jurnal melalui beberapa sumber yang tercantum di Library Universitas Indonesia. Pencarian jurnal dilakukan dengan beberapa kata kunci yang berkaitan erat dengan Webtoon, beberapa di antaranya seperti *manhwa* yang merupakan istilah umum yang digunakan untuk mengidentifikasi komik dari Korea, serta *manga* yang merupakan istilah yang berarti komik Jepang. Pada tahap ini, diperoleh 40 hasil pada Scopus melalui penyaringan kata kunci "*webtoon*" dan "*manhwa*" yang berada di judul, abstrak, dan *keyword*. Pada Sage Journals, diperoleh 31 hasil dengan penyaringan *keyword* yang menggunakan kata "*webtoon*", "*manhwa*", dan "*manga*", sedangkan pada Science Direct diperoleh 196 hasil dengan penyaringan Abstrak dan Judul yang menggunakan "*webtoon*", "*manhwa*" dan "*manga*", kemudian pada Taylor & Francis didapatkan 231 hasil menggunakan *keyword* "*webtoon*", "*manhwa*", dan "*manga*".

Melalui proses *Screening*, ditetapkan kri-

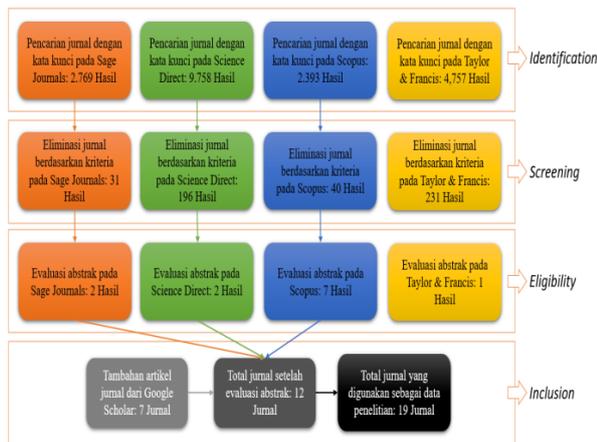
teria yang harus dipenuhi agar jurnal digunakan sebagai data. Kriteria-kriteria tersebut adalah: (a) Jurnal harus berbahasa Inggris dan Indonesia, serta diterbitkan secara internasional; (b) Menggunakan *webtoon* sebagai konsep utama dalam penelitian teknologi komunikasi; (c) Dipublikasi pada 2017-2023, ketika *webtoon* besutan Naver mulai mendunia; (d) Tipe dokumen berbentuk jurnal artikel; dan (e) Area subjek ialah dari ranah ilmu sosial.

KRITERIA	SYARAT PENGAMBILAN DATA	SYARAT PENGELUARAN DATA
Bahasa	Inggris & Indonesia	Non-Inggris & Non-Indonesia
Konsep	<i>Webtoon</i>	Jurnal yang tidak menggunakan konsep <i>Webtoon</i>
Periode Publikasi	2017-2023	Seluruh jurnal atau artikel di luar periode publikasi yang telah ditentukan
Tipe Dokumen	Artikel Jurnal/Jurnal Penelitian	Bentuk data selain Artikel Jurnal/Jurnal Penelitian
Area Subjek	Ilmu Sosial	Area Subjek yang tidak termasuk Ilmu Sosial

Tabel 1.1. Kriteria Pengambilan Data Penelitian

Sumber: Kriteria Sumber Data (2023)

*Eligibility* merupakan proses ketiga di mana jurnal-jurnal dari hasil proses *screening* ditelaah secara manual dengan membaca abstrak dari setiap penelitian. Pada tahap ini, fokus utama adalah mencari jurnal terkait pemanfaatan *webtoon* dalam berbagai bidang serta bagaimana keadaan industri tersebut di Indonesia. Topik selain *webtoon* atau artikel jurnal yang tidak terkait *webtoon* tidak akan dimasukkan ke dalam data penelitian. Dari proses ini, ditemukan total 12 artikel jurnal yang memenuhi kriteria dan dapat digunakan sebagai data penelitian. Pada proses *Inclusion*, dilakukan pencarian jurnal di Google Scholar untuk menemukan artikel jurnal yang tidak terdaftar pada ketiga sumber data yang terpilih. Pada pencarian ini, ditemukan tujuh jurnal tambahan yang memenuhi kriteria dan akan dimasukkan sebagai data.

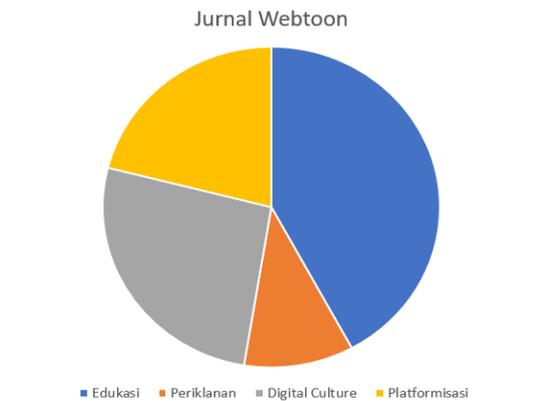


**Gambar 1.1. Metode Pengumpulan Data**  
 Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2023)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai media teknologi komunikasi yang memiliki riwayat perkembangan cukup pesat pada abad-21, penggunaan *webtoon* dimanfaatkan dalam berbagai bidang. Tidak sederhana menyajikan hiburan visual dengan cerita menarik, namun dapat dimanfaatkan untuk mengemas nilai-nilai yang ingin disampaikan dengan lebih efektif, sehingga memengaruhi model bisnis dalam industri *webtoon*. Walaupun merupakan media baru dan belum banyak peminatnya, namun sudah terdapat beberapa penelitian yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan *webtoon* dalam berbagai bidang, baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Dari keseluruhan jurnal yang dikaji, Sebanyak delapan jurnal (42%) meneliti bagaimana kelayakan dari pemanfaatan *webtoon* sebagai media teknologi komunikasi untuk pendidikan atau edukasi. Sebanyak lima jurnal (26%) berfokus pada bagaimana *webtoon* dimanfaatkan untuk memperkenalkan kebudayaan digital serta fenomena-fenomena baru. Empat jurnal (21%) memiliki tema yang serupa, namun lebih berfokus pada bagaimana transisi media menjadi digital dimanfaatkan secara efektif pada *webtoon*. Sedangkan sebanyak dua jurnal (11%) meneliti mengenai pemanfaatan *webtoon* sebagai media periklanan digital.



**Gambar 1.2. Pemanfaatan Webtoon dalam Berbagai Bidang**

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2023)

### Pemanfaatan *Webtoon* Banyak Digunakan dalam Bidang Edukasi

Melalui kajian yang telah dilakukan, dapat ditemukan bahwa *webtoon* dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, salah satu bidang yang paling banyak memanfaatkan *webtoon* ialah bidang pendidikan atau edukasi. Sudah dibuktikan melalui berbagai penelitian bahwa *webtoon* adalah media yang dapat digunakan sebagai bahan pembelajaran dan media edukasi, sehingga kontribusinya dalam dunia pendidikan dan edukasi saat ini cukup besar. Di Indonesia sendiri terdapat sedikitnya lima jurnal yang membahas pemanfaatan *webtoon* sebagai media edukasi dan seluruhnya memberikan hasil positif. Beberapa di antaranya menjelaskan dengan detail terkait pengaruh *webtoon* sebagai media untuk meningkatkan pemahaman bacaan, membangun pemikiran kritis, meningkatkan kreativitas, dan mengembangkan motivasi membaca (Syahid & Khoirotunnisa, 2021; Erya & Pustika, 2021). *Webtoon* sebagai media teknologi komunikasi juga dibuktikan pantas sebagai media belajar di SMP (Alfiani et al., 2018) dan menanamkan sikap positif berupa toleransi terhadap siswa SD, sehingga dalam tingkat anak sekolah, pemanfaatan *webtoon* cukup efektif sebagai media pembelajaran.

Di Indonesia sudah terdapat dua penelitian bertaraf internasional yang membuktikan bahwa *webtoon* dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi. Melalui penelitian yang dilakukan oleh Mery Berlian et al. (2021), dibuktikan bah-

wa *webtoon* sebagai instrumen nontes dalam edukasi dinilai cukup valid dan reliabel. Pada penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif tersebut, dapat dilihat bahwa pengguna *webtoon* dapat menggunakan instrumen nontes yang telah dikembangkan untuk mengukur pemanfaatan *webtoon* dalam melatih dan mengembangkan kemampuan siswa. Selain itu, penelitian pada tahun yang sama juga menganalisis mengenai manfaat komik *online* bahasa Inggris sebagai bahan bacaan digital serta mengetahui aplikasi dan *website* yang biasa digunakan oleh siswa untuk membaca komik *online* bahasa Inggris. Hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut membuktikan bahwa komik bahasa Inggris sebagai bahan bacaan digital dapat membantu menambah pengetahuan bahasa, seperti kosakata dan tata bahasa. Melalui beberapa jurnal nasional di Indonesia, *webtoon* sebagai media teknologi komunikasi juga dibuktikan pantas dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan membaca komprehensif (Erya & Pustika, 2021) serta sebagai media dalam menanamkan sikap toleransi siswa di Sekolah Dasar (Nuryanah et al., 2021).

Selain dalam bidang akademik, *webtoon* juga dinilai dapat dimanfaatkan untuk memberikan edukasi terkait pencegahan dan penanggulangan Covid-19 bagi masyarakat. Hal ini dilakukan melalui *webtoon* berjudul 'Kesatria Bela Negara' sebagai media persuasi yang merancang pembaca *webtoon* untuk lebih dekat dengan cerita dan karakter, karena lebih manusiawi, sehingga mampu memperlihatkan efek yang ditimbulkan dalam bentuk respons, baik kognitif (pengembangan pengetahuan), afektif (melalui sikap positif), serta konasi (tindakan sebagai hasil dari rangsangan sikap positif) terkait pencegahan dan penanggulangan Covid-19 (Anggraeni et al., 2021).

Tidak hanya di Indonesia, *webtoon* sebagai media pembelajaran juga diteliti secara internasional. Sun Hee-Kim (2022) yang berasal dari negara yang menciptakan *webtoon*, Korea Selatan, juga turut meneliti mengenai pemanfaatan *webtoon* sebagai media edukasi dalam manajemen

diri preventif terkait persalinan prematur (PSM-PL) untuk wanita usia subur. Penelitian ini juga mengevaluasi efeknya dan menilai kegunaan edukasi melalui *webtoon* untuk wanita usia subur. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif terhadap wanita berusia di antara 19-29 tahun, di mana mereka diminta untuk membaca enam episode *webtoon* terkait manajemen diri preventif mengenai persalinan prematur selama dua hari. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa program edukasi *webtoon* PSM-PL (*Preventive Self-Management Related to Premature Labor*) ini merupakan program yang layak dan dapat diterima karena meningkatkan *self-efficacy* dan pengetahuan manajemen kesehatan preventif persalinan prematur pada wanita usia subur.

Selain itu, sebuah penelitian yang membuat program berbasis *webtoon* juga diuji coba untuk mengetahui keefektifannya sebagai alat komunikasi dan keterlibatan yang mendukung perawatan HIV. Penelitian tersebut membuktikan bahwa program tersebut cukup efektif dan dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi (Aladin et al., 2023).

### **Pemanfaatan *Webtoon* Sebagai Katalis Penyebaran Budaya**

Dalam peralihannya menuju era digital, pemanfaatan *webtoon* menciptakan fenomena-fenomena unik yang sebelumnya tidak ditemukan pada media komik cetak. Salah satu fenomena yang cukup menarik adalah fenomena transkreasi, di mana para pembaca dapat dengan bebas membuat ulang suatu karya dengan penerjemahan dan penafsiran masing-masing, dan karya tersebut dapat dirilis pada *platform* resmi, termasuk *platform* di mana karya aslinya dimuat. Sebuah penelitian yang menganalisis fenomena ini menemukan bahwa gagasan partisipasi aktif dari *fans* sebuah komik dapat tersebar dengan luas dan mudah di industri *webtoon*. Penelitian ini menunjukkan bahwa transkreasi yang terjadi dalam industri ini mengindikasikan bahwa para *fans* atau pembaca ingin mengekspresikan antusiasme terhadap karya *webtoon* tersebut, serta

ingin memfasilitasi sosialisasi, dan menciptakan rasa kepemilikan terhadap komunitas transkreasi. Melalui fenomena ini, para *fans* mengaku bahwa mereka dapat meningkatkan keahlian berbahasa mereka dengan harapan memperoleh keuntungan terkait karir. Melalui proses transkreasi, para *fans* berandil penting dalam globalisasi *webtoon* sebagai media teknologi komunikasi (Nam & Jung, 2022). Telah terbukti juga bahwa *webtoon* yang diterjemahkan ke bahasa yang dimengerti pembacanya meningkatkan ketertarikan terhadap *webtoon* tersebut (Rohan et al., 2021).

Proses globalisasi yang terjadi berkaitan erat dengan glocalisasi, yaitu adaptasi produk terhadap wilayah atau kebudayaan tempat produk ini dijual atau disebarluaskan. Penelitian yang dilakukan oleh Wonho Jang (2017) menemukan bahwa *webtoon* sebagai media teknologi komunikasi baru berperan penting dalam proses glocalisasi sebagai gelombang Korea baru. Dalam penelitian ini, dijelaskan bahwa adanya fenomena glocalisasi seperti dimasukkannya budaya dan tata cara kehidupan di Korea ke dalam *webtoon* yang didistribusi secara global, mengakibatkan budaya tersebut dikenal dan dipelajari oleh seluruh masyarakat dari berbagai belahan dunia, bahkan mereka dapat beradaptasi dengan budaya tersebut dan menerapkannya di wilayah tempat mereka tinggal (Jang & Song, 2017). Penelitian terkait hal ini juga dilakukan oleh Nadia Istiani Zagita dan Rudi Sukandar (2021) yang membuktikan bahwa masyarakat memiliki pandangan terhadap budaya Korea Selatan melalui analisis studi kasus pada *webtoon* berjudul *Noblesse*. Tentunya hal ini juga berkebalikan, di mana sebuah penelitian juga mengungkapkan adanya pengenalan lokalitas budaya Indonesia ke mancanegara melalui *webtoon* (Putri et al., 2021).

Hal ini menciptakan gelombang Korea (*hallyu*) yang dilakukan melalui *webtoon*. Bahkan, *webtoon* yang diadaptasi menjadi film atau drama dapat memberikan gelombang yang lebih kuat terhadap para pembaca yang bukan masyarakat Korea. Pengadaptasian ini membuat

*webtoon* dimanfaatkan sebagai transmedia yang dapat dinikmati dalam berbagai bentuk. Melalui sebuah penelitian, disebutkan bahwa para pembuat *webtoon* sudah terbiasa dengan sistem *One Source Multi-Use (OSMU)*, di mana cerita asli dari *webtoon* memang sedari awal sudah direncanakan untuk diadaptasi menjadi bentuk film, drama, dan *game*. Bahkan, beberapa *webtoon* sengaja menambahkan media audio sebagai efek suara untuk menambah pengalaman membaca dan memperkaya imajinasi pembaca, sehingga pembacanya dapat berfikir bahwa karya ini akan cocok jika diadaptasi menjadi *live action*. Namun, walaupun diadaptasi menjadi bentuk lain, pengalaman yang dirasakan pengguna saat mengenal karya melalui *webtoon*, film, atau pun *game* berbeda, sehingga walaupun memiliki narasi yang sama tidak akan membuat pembaca jenuh. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa industri *webtoon* Korea sukses dalam menciptakan gelombang Korea dan menciptakan fenomena-fenomena yang dapat meraih serta memperluas pasar baru (Jin, 2015).

Kehadiran *webtoon* sebagai salah satu gelombang Korea memberikan efek terhadap budaya masyarakat di dunia digital, seperti globalisasi dan glocalisasi. Sebagai negara yang pertama kali menginisiasi *webtoon*, Korea Selatan memiliki sangat banyak kesempatan dalam mengenalkan karakteristik dan budayanya terhadap masyarakat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Seperti dalam *webtoon* asal Korea Selatan yang cukup terkenal, *Noblesse*, yang saat ini memiliki 47,2 juta *likes* pada platform "*webtoon*" versi Indonesia. Nilai-nilai yang terkandung di dalam *webtoon* tersebut saat salah satu tokoh rela mengorbankan diri untuk melindungi sahabatnya menggambarkan karakteristik masyarakat Korea Selatan secara tidak langsung dan sukses untuk membuat persepsi tersendiri bagi para pembaca (Zagita & Sukandar, 2021).

Perilisan platform *webtoon* besutan Naver Corporation di Indonesia melalui Line Corporation pada tahun 2015 melahirkan para *webtoonist* dengan karya yang tidak kalah bagus. Banyak karya dari *webtoonist* Indonesia yang akhirnya

dirilis secara resmi dan disebarluaskan secara global. Dalam karya-karya tersebut, tentunya disisipkan berbagai budaya Indonesia yang ingin dikenalkan penulis terhadap khalayak luas. Salah satu *webtoon* Indonesia yang cukup terkenal ialah *Pasutri Gaje (My Pre-Wedding)*, menceritakan tentang persiapan pernikahan dua orang yang berbeda latar belakang, sehingga dalam alurnya diselipkan banyak kebudayaan Indonesia, seperti panggilan 'Mas' dan 'Adek' di antara dua tokoh utama yang sudah mencerminkan budaya dalam adat Jawa. Selain itu, digambarkan juga situasi seperti ronda dan arisan komplek yang merupakan pengenalan budaya dalam masyarakat Indonesia. Tidak hanya dalam *webtoon My Pre-Wedding*, terdapat beberapa *webtoon* Indonesia yang dirilis secara resmi pada aplikasi "*webtoon*" bahasa Inggris, seperti *Egg-noid* yang menggambarkan budaya seragam merah putih yang merupakan seragam SD di Indonesia. *Webtoon* ini sendiri sudah memiliki hingga 14,7 juta *likes* pada *webtoon* versi bahasa Inggris, sehingga fenomena glokalisasi budaya Indonesia juga terjadi terhadap pembaca di luar negeri (Putri et al., 2021). Bahkan, melalui proses terjemahan resmi dari pihak WebtoonIndonesia, terdapat beberapa karya yang diterjemahkan disertai penggunaan *slang* dari Indonesia, seperti karya berjudul *How to Fight* yang menggunakan kosakata 'anjay', 'gemoy', dan sebagainya.

### **Bagaimana Pengiklan Memanfaatkan *Webtoon* sebagai Media Baca Baru**

Jika komik cetak mengandalkan penjualan dan royalti sebagai pemasukan, *webtoon* menawarkan strategi yang berbeda, yaitu periklanan. Bentuk digital dari komik membuatnya dapat diakses dengan lebih mudah, sehingga tersebar dengan luas dan memiliki pasar yang semakin besar. Hal ini menyebabkan model bisnis baru dalam dunia komik, yaitu periklanan digital. Beberapa penelitian juga telah dilakukan terkait pemanfaatan *webtoon* sebagai media periklanan. Penelitian yang dilakukan oleh Jong Yoon Lee, Jae Hee Park, dan Jong Woo Jun (2019) menggunakan survei mencari tahu tentang fak-

tor yang memengaruhi sikap konsumen dan intensi *electronic word-of-mouth* (eWOM) terhadap merek *webtoon* di Korea. Penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan secara berurut dari merek *webtoon* terhadap emosi pembaca (paling tinggi), transportasi, pengetahuan persuasi, serta kepercayaan periklanan (paling rendah). Dijelaskan lebih lanjut bahwa emosi pembaca yang berupa kesan dan kesenangan terhadap merek *webtoon* mempengaruhi sikap dan intensi eWOM, sedangkan kepercayaan periklanan memberikan efek terhadap sikap dan intensi perilaku. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa emosi pembaca pertama kali terpicu ketika mereka terpapar merek *webtoon* berdasarkan cerita bencana alam. Setelah itu, konsumen dikabarkan memiliki pengalaman empati yang terkait dengan transportasi dalam penelitian ini. Selama pengalaman emosional, mereka menjadi kurang peka terhadap stimulus persuasif. Pada akhirnya, mereka dilaporkan memiliki keyakinan positif tentang pesan tersebut. Model tingkatan ini menjelaskan langkah-langkah yang dimiliki konsumen periklanan untuk pemrosesan informasi merek *webtoon* (Lee et al., 2019).

*Webtoon* kini banyak dimanfaatkan untuk mencari pemasukan melalui kontennya dalam bentuk iklan teks dan tampilan (Jin & Feenberg, 2015). Banyaknya protes terhadap rendahnya pemasukan *webtoonist*, Naver Corporation selaku perilis aplikasi *webtoon* bereksperimen sebuah bentuk periklanan yang baru, yaitu *Page Profit Share* (PPS), berupa iklan visual menggunakan gambar dan karakter dari *webtoon* untuk mempromosikan sebuah produk. Iklan jenis ini biasanya ditampilkan di tengah atau di akhir cerita. Ditemukan artikel berupa jurnal yang merupakan bentuk protes terhadap iklan tembakau dalam *webtoon*. Ketatnya regulasi tembakau di Korea menciptakan atmosfer anti-tembakau di negara tersebut, sehingga industri tembakau mencari cara baru untuk memasarkan produknya (Kim & Lee, 2017). Berkat perkembangannya yang melekat, *webtoon* menjadi strategi baru industri tembakau untuk melancarkan iklannya, di mana produk tersebut digambarkan secara mendetail

dalam situasi karakter *webtoon* yang menggunakannya secara umum, bahkan di lokasi *non-smoking*. Sebagai media baru, *webtoon* belum memiliki regulasi seperti batasan umur terhadap konten tertentu, sehingga industri-industri yang kurang pantas seperti industri tembakau memiliki kebebasan untuk memasarkan produknya di *webtoon*. Hal ini menjadi sebuah tamparan dan harapan agar diadakannya peraturan yang lebih baku terhadap isi konten di *webtoon* (Kim & Lee, 2017).

Selain itu, bentuk komik sebagai media digital juga dimanfaatkan untuk memperoleh pemasukan lain yang sulit didapat pada era komik cetak, yaitu sistem pembelian episode (Lestari & Irwansyah, 2020). Pada banyak *platform webtoon*, pembaca dapat menikmati karya secara gratis untuk beberapa episode, namun harus membayar untuk beberapa episode kedepannya. Sistem lain juga menyediakan opsi di mana pembaca dapat menikmati karya sebanyak satu episode per minggu, dan jika tidak ingin menunggu minggu depan dan dapat segera membaca kelanjutannya, mereka telah menyediakan episode lanjutan yang harus dibeli lebih dahulu sebelum dapat dibuka (Jin, 2015).

Banyaknya fitur-fitur yang ditawarkan berbagai *platform webtoon* dan kemudahan yang dimilikinya membuat *webtoon* menjadi media pemasaran yang dimanfaatkan oleh para pemilik produk. Melalui halaman *Webtoon Advertising*, *webtoon* menawarkan beberapa jenis periklanan yang dapat dilakukan melalui *platform*-nya, yaitu: (1) *Branded Epilogue* (BEP); (2) *Branded Webtoon* (BWT); dan (3) *Display Ads*. *Display Ads* merupakan jenis periklanan paling umum seperti yang ditawarkan pada aplikasi dan halaman *web*, yaitu pemasangan *banner* di berbagai lokasi pada aplikasi. Iklan jenis ini tidak akan mempengaruhi jalannya cerita dan hanya ditampilkan sebagai teks menarik yang dikemas dengan karakteristik penggambaran sesuai *webtoonist* yang diminta. Pada jenis periklanan BEP, konten komik tambahan yang terkait dengan produk yang diiklankan akan ditampilkan di bawah episode reguler, sehingga terdapat sedikit *intermezzo*

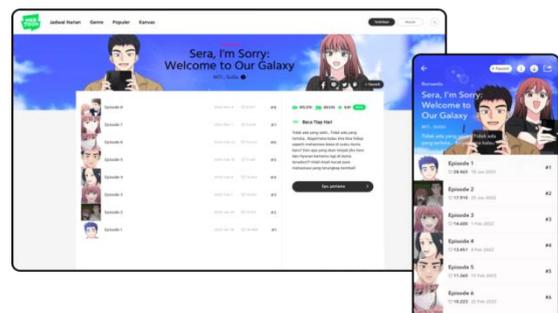
pada akhir cerita.



**Gambar 1.3. BEP oleh V-Live**

Sumber: [webtoons.com/id/advertising/product](http://webtoons.com/id/advertising/product)

Sedangkan pada periklanan BWT, pengiklan dapat meminta pembuatan empat hingga delapan episode khusus yang dikemas dalam sebuah cerita menarik untuk mempromosikan produknya. Salah satu contoh yang pernah dilakukan di Indonesia adalah iklan produk Samsung Galazy Z Fold3 pada bulan Maret 2022 yang dinarasikan seperti salah satu bagian dari cerita utama, digambarkan oleh salah satu *webtoonist* luar yang karyanya cukup populer di Indonesia. Walaupun merupakan iklan yang disponsori, namun serial ini mencapai hingga satu juta *view* di Indonesia, karena para pembaca turut merasakan emosi dari narasi yang dibuat.



**Gambar 1.4. Branded Webtoon oleh Samsung**

Sumber: [webtoons.com/id/advertising/product](http://webtoons.com/id/advertising/product)

Walaupun di Korea Selatan terdapat kecaman terhadap iklan tembakau yang beredar melalui *webtoon*, nyatanya *webtoon* sebagai media pemasaran juga dinilai cukup efektif dan telah banyak digunakan untuk mengiklankan produk-produk di Indonesia.

### SIMPULAN

*Webtoon* sebagai industri teknologi komunikasi di Indonesia berkembang cukup pesat dan transisinya dari media cetak itu sendiri melahirkan manfaat-manfaat baru yang sebelumnya tidak tersentuh pada era media cetak. Posisi *webtoon* sebagai industri serta pemanfaatannya dibuktikan cukup efektif dan menjanjikan pada berbagai bidang. Dimulai dari produksi, distribusi, konsumsi, bahkan model bisnis yang baru dan inovatif menjadikan *webtoon* sebagai contoh sukses dari peralihan analog ke digital, termasuk di Indonesia. Melalui penelitian ini, ditemukan bahwa *webtoon* dapat dimanfaatkan dalam berbagai bidang, dan sudah banyak digunakan dalam penelitian pada bidang pendidikan atau edukasi.

*Webtoon* sebagai komik digital juga telah banyak digunakan sebagai media yang memperkenalkan budaya, bahkan hingga turut digunakan sebagai Gelombang Korea yang memberi efek terhadap masyarakat Indonesia melalui konten yang disajikan. Transisi komik ke era digital dalam bentuk *webtoon* juga menciptakan kesempatan untuk pemanfaatan metode baru dalam bidang periklanan, sehingga muncul cara-cara yang sebelumnya tidak dapat dilakukan pada era cetak.

### DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Saputra, F., & Gembyng Ciptadi, S. (2019). Komik Digital Sebagai Strategi Bisnis Media Online Olahraga: Studi Pada Gorilasport.com. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 9(2), 11–19. <https://doi.org/10.35814/coverage.v9i2.1122>
- Aladin, B., Thompson, M., Addison, D., Havens, J., McGowan, J., Nash, D., & Smith, C. (2023). The YGetIt? Program: A Mobile Application, PEEP, and Digital Comic Intervention to Improve HIV Care Outcomes for Young Adults. *Health Promotion Practice*, 24(4), 658–668. <https://doi.org/10.1177/15248399221150789>
- Alfiani, F., Kurniawati, T., & Siwi, M. K. (2018). Pengembangan Webtoon Untuk Pembelajaran Ips (Ekonomi) Di Smp. *Jurnal Ecogen*, 1(2), 439. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v1i2.4766>
- Anggraeni, L., Darmawan, C., Tanszil, S. W., & Jubaedah, E. (2021). Promoting Ksatria Bela Negara comic through the Webtoon for the prevention and control Covid-19. *Jurnal Civics: Media Kajian Kewarganegaraan*, 18(1), 138–147. <https://doi.org/10.21831/jc.v18i1.39377>
- Berlian, M., Vebrianto, R., & Thahir, M. (2021). Development of Webtoon non-test instrument as education media. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 10(1), 185. <https://doi.org/10.11591/ijere.v10i1.21007>
- Cho, H. (2021). The Platformization of Culture: Webtoon Platforms and Media Ecology in Korea and Beyond. *The Journal of Asian Studies*, 80(1), 73–93. <https://doi.org/10.1017/S0021911820002405>
- Choi, J. (2016). “Awl is piercing me and society”: Webtoon as a Popular Adult Education Tool in South Korea. *Proceedings of the 8th Asian Diaspora Adult Education Pre-conference*, Charlotte, NC.
- Erya, W. I., & Pustika, R. (2021). Students’ Perception Towards the Use of Webtoon to Improve Reading Comprehension Skill. *Journal of English Language Teaching and Learning*, 2(1), 51–56. <https://doi.org/10.33365/jeltl.v2i1.762>

- Han, C., & Jeon, H. (2011). Function & effect study on blackmarket of comics using Webtoon free service. *The Korean Journal of Animation*, 7(1), 76–87.
- Harvey, R. C. (1996). *The art of the comic book: An aesthetic history*. Univ. Press of Mississippi.
- Jang, W., & Song, J. E. (2017). Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization. *Kritika Kultura*, 29. <https://doi.org/10.13185/KK2017.02908>
- Jin, D. Y. (2015). Digital convergence of Korea's webtoons: transmedia storytelling. *Communication Research and Practice*, 1(3), 193–209. <https://doi.org/10.1080/22041451.2015.1079150>
- Kim, J., & Lee, S. (2017). Tobacco ads in a new media, "Webtoon." *Tobacco Prevention & Cessation*, 3(November). <https://doi.org/10.18332/tpc/78429>
- Kim, J.-H., & Yu, J. (2019). Platformizing Webtoons: The Impact on Creative and Digital Labor in South Korea. *Social Media + Society*, 5(4), 205630511988017. <https://doi.org/10.1177/2056305119880174>
- Kim, S.-H. (2022). Development and effects of a webtoon education program on preventive self-management related to premature labor for women of childbearing age: a randomized controlled trial. *Korean Journal of Women Health Nursing*, 28(3), 250–263. <https://doi.org/10.4069/kjwhn.2022.09.22>
- Lee, J., Park, J., & Jun, J. (2019). Brand Webtoon as Sustainable Advertising in Korean Consumers: A Focus on Hierarchical Relationships. *Sustainability*, 11(5), 1364. <https://doi.org/10.3390/su11051364>
- Lestari, A. F., & Irwansyah, I. (2020). Line Webtoon sebagai Industri Komik Digital. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 134. <https://doi.org/10.35308/source.v6i2.1609>
- Moleong, L. J., & Edisi, P. (2004). Metodologi penelitian. *Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya*.
- Nam, J., & Jung, Y. (2022). Exploring fans' participation in digital media: Transcreation of webtoons. *Telecommunications Policy*, 46(10), 102407. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2022.102407>
- Naver Webtoon Ltd. (n.d.). Webtoon Advertising. <https://www.webtoons.com/id/advertising/home>, diakses pada 20 Oktober 2016 pukul 20:35 WIB.
- Nuryanah, N., Zakiah, L., Fahrurrozi, F., & Hasanah, U. (2021). Pengembangan Media Pembelajaran Webtoon untuk Menanamkan Sikap Toleransi Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3050–3060. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i5.1244>
- Putri, A. C., Silvia, E., Azzahra, S., & Bahtiar, A. (2021). Pengenalan Lokalitas Budaya Indonesia Ke Mancanegara Melalui Webtoon. *Literasi : Jurnal Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 5(2), 152. <https://doi.org/10.25157/literasi.v5i2.5343>
- Ramadhani, N., & Putra, R. D. (2017). Komik Strip Sebagai Media Kritik Sosial: Studi pada Akun Instagram@ Komikin\_ajah. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(1), 26–38.
- Syahid, A., & Khoirotunnisa, U. (2021). Online English Comics as Reading Materials for English Language Education Department Students. *European Journal of Educational Research*, 10(3), 1359–1369.

<https://doi.org/10.12973/eu-jer.10.3.1359>

- Rohan, O., Sasamoto, R., & O'Brien, S. (2021). Onomatopoeia: A relevance-based eye-tracking study of digital manga. *Journal of Pragmatics*, 186, 60–72.  
<https://doi.org/10.1016/j.pragma.2021.09.018>
- Van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society* (Vol. 1). Oxford University Press.  
<https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Zagita, N. I., & Sukandar, R. (2021). Pandangan Masyarakat Indonesia Terhadap Budaya Korea Selatan: Studi Kasus Manhwa Noblesse pada Aplikasi Line Webtoon. *Commentate: Journal of Communication Management*, 1(1), 78.  
<https://doi.org/10.37535/103002120216>