

**UPAYA PEMERINTAH KOREA SELATAN DALAM MENDUKUNG
INDUSTRI *WEBTOON* DI PASAR GLOBAL**

(Skripsi)

Oleh

Pilar Tio Guntoro

NPM 2116071063



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMPUNG

BANDAR LAMPUNG

2025

ABSTRAK

UPAYA PEMERINTAH KOREA SELATAN DALAM MENDUKUNG INDUSTRI *WEBTOON* DI PASAR GLOBAL

Oleh

Pilar Tio Guntoro

Webtoon merupakan salah satu produk budaya asli Korea Selatan yang berhasil berkembang dan bertahan di dunia global. Berawal dari komik digital yang hanya populer di dalam negeri, *webtoon* kini telah menjangkau jutaan pembaca di berbagai negara melalui platform daring. Namun, terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai bagaimana industri ini berkembang dan bertahan di pasar global. Adapun tujuan penelitian ini akan mendeskripsikan *webtoon* sebagai instrumen diplomasi budaya Korea Selatan serta mendeskripsikan upaya pemerintah dalam membantu *webtoon* di pasar global.

Peneliti disini menggunakan konsep budaya populer dan diplomasi budaya untuk Mendeskripsikan upaya pemerintah dalam membantu penyebaran *webtoon* di level global. Metode yang digunakan yakni pendekatan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Sumber data yang digunakan merupakan sumber sekunder yang berasal dari jurnal, buku, laporan resmi pemerintah, situs resmi pemerintah, dan media-media lepas, dengan menggunakan teknik analisis data : kondensasi, display, kesimpulan, serta koding.

Upaya Pemerintah disini akan dianalisis menggunakan konsep diplomasi budaya oleh Gienow dan Donfried yang mencakup *agen*, *agenda*, *vehicle*, dan *audiens*. *webtoon* sendiri akan dianalisis sebagai produk budaya yang komersil dan disukai semua lapisan menggunakan konsep budaya populer. Pemerintah Korea Selatan disini memulai dukungannya terhadap industri *webtoon* melalui pembangunan infrastruktur, penyediaan ruang kerja kreatif, pelatihan, serta pendanaan bagi para seniman. Setelah ekosistem kreatif ini terbentuk dan berkembang, pemerintah kemudian aktif mempromosikan *webtoon* ke dunia internasional melalui serangkaian festival dan pameran berskala global, seperti *Bucheon International Comics Festival* dan *K- Webtoon Festival*.

Kata Kunci: *Webtoon*, Pemerintah, Produk Budaya, Korea Selatan, Pasar Global.

ABSTRACT**SOUTH KOREAN GOVERNMENT'S ATEMPT TO SUPPORT THE
WEBTOON INDUSTRY IN THE GLOBAL MARKET****By****Pilar Tio Guntoro**

Webtoon is one of South Korea's original cultural products that has successfully developed and survived in the global world. Starting from digital comics that were only popular domestically, webtoon has now reached millions of readers in various countries through online platforms. However, there is a gap in understanding how this industry develops and survives in the global market. The purpose of this study is to describe webtoon as an instrument of South Korean cultural diplomacy and describe the government's efforts to help webtoon in the global market. The researcher here uses the concept of popular culture and cultural diplomacy to describe the government's efforts to help spread webtoon at the global level. The method used is a qualitative approach with descriptive analysis techniques. The data sources used are secondary sources from journals, books, official government reports, official government websites, and freelance media, using data analysis techniques: condensation, display, conclusions, and coding. The government's efforts here will be analyzed using the concept of cultural diplomacy by Gienow and Donfried which includes agents, agendas, vehicles, and audiences. Webtoon itself will be analyzed as a commercial cultural product that is liked by all levels using the concept of popular culture. The South Korean government here began its support for the webtoon industry through infrastructure development, provision of creative workspaces, training, and funding for artists. After this creative ecosystem was formed and developed, the government then actively promoted webtoons to the international world through a series of global-scale festivals and exhibitions, such as the Bucheon International Comics Festival and the K-Webtoon Festival.

Key Words : Webtoon, Government, Cultural Product, South Korean, Global Market.

**UPAYA PEMERINTAH KOREA SELATAN DALAM MENDUKUNG
WEBTOON SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI BUDAYA PADA
TAHUN 2014-2024**

Oleh

Pilar Tio Guntoro

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA HUBUNGAN INTERNASIONAL**

Pada

**Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi : **UPAYA PEMERINTAH KOREA SELATAN
DALAM MENDUKUNG *WEBTOON*
SEBAGAI INSTRUMEN DIPLOMASI
BUDAYA PADA TAHUN 2014-2024**

Nama Mahasiswa : **Pilar Jio Guntoro**

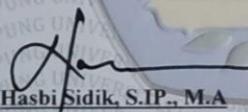
Nomor Pokok Mahasiswa : **216071063**

Program Studi : **Hubungan Internasional**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

UNIVERSITAS LAMPUNG
MENYETUJUI

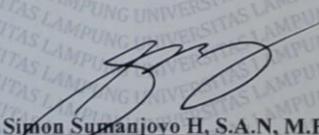
1. **Komisi Pembimbing**

Hasbi Sidik, S.IP., M.A Astiwi Inayah, S.IP., M.A

NIP. 197912302014041001 NIP. 199105022020122020

2. **Ketua Jurusan Hubungan Internasional**



Simon Sumanjowo H, S.A.N, M.P.A.
NIP. 198106282005011003

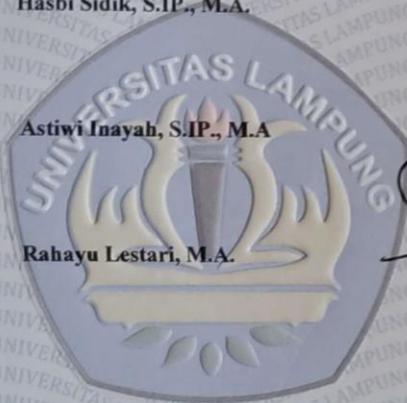
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua **Hasbi Sidik, S.IP., M.A.**

Sekretaris **Astiwi Inayah, S.IP., M.A.**

Penguji **Rahayu Lestari, M.A.**



Handwritten signatures of Hasbi Sidik, Astiwi Inayah, and Rahayu Lestari.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Handwritten signature of Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si.
Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si.
NIP. 19760821200032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 20 Juni 2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana), baik di Universitas Lampung maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan komisi pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan sebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah berlaku di Universitas Lampung.

Bandarlampung, 10 Juni 2025



Pilar Tio Guntoro
NPM. 2116071063

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Pilar Tio Guntoro, lahir pada 10 Juli 2001 di Kabupaten Pekalongan, Lampung. Merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Sukatno dan Ibu Ngatijem. Penulis menempuh pendidikan pertama di TK Aisyiyah, dilanjutkan di SD Islam Terpadu Wahdatul Ummah Metro, SMP Negeri 02 Metro, dan kemudian lulus dari SMA Negeri 01 Metro dengan konsentrasi MIPA. Pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikan sarjana di jurusan Hubungan Internasional, Universitas Lampung melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN).

Penulis sangat suka mengeksplor hobi yang berkaitan dengan hal-hal berbau olahraga, seperti lari dan hiking. Semasa sekolah penulis mengikuti berbagai ekstrakurikuler yang berkaitan dengan organisasi kerohanian, seperti rohis. Semasa kuliah, penulis aktif dalam beberapa organisasi tingkat universitas, seperti: Badan Eksekutif Mahasiswa Universitas sebagai Staf Ahli Kementerian Kepemudaan Divisi Advokasi dan Kesejahteraan Mahasiswa Universitas Lampung. Dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata, penulis mengabdikan diri di Desa Wiratama, Kecamatan Penawar Tama, Kabupaten Tulang Bawang, Provinsi Lampung. Selain itu, penulis juga sempat mengikuti magang mandiri selama empat bulan di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Metro.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang, kecuali menurut kesanggupannya.”
-Al-Baqarah ayat 286-

“Mulai Aja Dulu”
-Tokopedia-

“Just Be Kind And Better”
-Pilar Tio Guntoro-

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa syukur, saya panjatkan puji kehadiran Allah SWT atas rahmat, hidayah, dan kekuatan-Nya yang telah mengiringi saya di setiap proses dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dengan rasa bangga saya persembahkan karya ini sebagai tanda bakti kepada kedua orang tua yang saya hormati dan saya sayangi

Ayah Sukatno dan Ibu Ngatijem

Terima kasih atas setiap doa, dukungan, dan kasih sayang yang tak terhingga.

Kepada:

Hendri Febriyanto dan David Octa Rengga

Kedua saudari yang juga telah memberikan doa dan dukungan yang terbaik.

Keluarga Besar

Yang selalu memberikan doa dan dukungannya.

Kepada para dosen yang telah berbagi ilmu dan pengalaman, kepada para sahabat, teman seperjuangan yang ada dalam suka duka semasa perkuliahan, serta rekan-rekan dan pihak-pihak yang selalu memberikan dukungannya, penulis ucapkan terima kasih.

Dan untuk Alamamater tercinta,
Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas setiap berkah, rahmat, dan karunia-Nya dalam proses penyusunan skripsi yang berjudul **Upaya Pemerintah Korea Selatan Dalam Mendukung *Webtoon* Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya Pada Tahun 2014-2024** dari awal hingga selesai. Skripsi ini berguna sebagai pemenuhan syarat bagi penulis dalam menyelesaikan studi dan mendapat gelar sarjana Hubungan Internasional di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada setiap pihak yang telah membantu memberikan masukan, saran, doa, dan semangat kepada penulis, yaitu :

1. Allah SWT. yang telah memberikan ridho dan nikmat-Nya: kesehatan, kesempatan, kelancaran, serta kebahagiaan dalam proses ini.
2. Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Simon Sumanjoyo H, S.A.N., M.P.A., selaku Ketua Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bang Hasbi Sidik, S.IP., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung serta selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan banyak arahan dan ilmu yang tidak ternilai bagi penulis selama penyusunan skripsi hingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Terima kasih banyak karena telah memberikan waktu dan banyak pembelajaran berharga bagi penulis untuk menjadi bekal baik, tidak hanya sebatas skripsi tapi juga bermanfaat bagi kehidupan penulis kedepannya. Sebuah pengalaman yang luar biasa dan tidak pernah penulis bayangkan dapat menjadi salah satu anak bimbingan Bang Hasbi.

5. Mba Astiwi Inayah, S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah memberikan bantuan dan arahnya selama penyusunan skripsi ini sampai selesai, untuk itu penulis ucapkan banyak terima kasih.
6. Mba Rahayu Lestari, M.A., selaku Dosen Pembahas. Terima kasih banyak telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran, dan masukan yang sangat membangun dalam proses penyusunan skripsi ini hingga dapat menjadi lebih baik.
7. Mba Tety Rachmawati S.IP., M.A., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih telah membantu dan mengingatkan segala urusan akademik penulis selama kuliah dengan sangat baik.
8. Seluruh dosen yang mengajar di Jurusan Hubungan Internasional, terima kasih atas setiap ilmu dan pelajaran yang berharga bagi penulis.
9. Seluruh staf dan karyawan Jurusan Hubungan Internasional dan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung. Terima kasih telah membantu berbagai proses administratif penulis.
10. Keluarga: kedua orang tua penulis: ibu dan ayah, kedua saudari penulis, kemudian kakek, nenek, paman, bibi, serta semua saudara sepupu. Terima kasih atas doa dan dukungan yang menjadi semangat bagi penulis dalam menyelesaikan proses perkuliahan ini dengan baik.
11. Teman-teman sekolah yang selama awal perkuliahan sampai saat ini selalu memberikan doa dan dukungan terbaiknya. Terima kasih untuk tetap menjadi teman penulis sampai hari ini.
12. Teman-teman bimbingan Bang Hasbi dan Mba Tiwi yang selalu berbagi cerita. Terima kasih atas setiap cerita, doa, dukungan dan semangatnya dalam proses skripsi ini.
13. Kepada teman-teman organisasi, jurusan, KKN, magang, teman-teman masa kecil di rumah, yang namanya tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih karena sampai saat ini masih memberikan dukungannya, penulis sangat bersyukur.
14. Serta seluruh pihak yang mendoakan dan membantu penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini karena keterbatasan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik, saran, dan masukan yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan untuk pengembangan dan kesempurnaan skripsi ini.

Bandar Lampung, 10 Juni 2025

Penulis,



Pilar Tio Guntoro

NPM. 2116071063

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kerangka Penelitian	13
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Fokus Penelitian	21
3.3 Sumber Data.....	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV PEMBAHASAN.....	25
4.1 <i>Webtoon</i> Sebagai Instrumen Diplomasi Budaya Korea Selatan.....	25
4.1.1 Sejarah, Dinamika, Dan Perkembangan Komik Di Korea Selatan..	27
4.1.2 Sejarah, Dinamika, dan Perkembangan <i>Webtoon</i>	39
4.2 Analisis Upaya Pemerintah Korea Selatan Dalam Mendukung <i>Webtoon</i> Di Pasar Global	50
4.2.1 Tantangan Industri <i>Webtoon</i>	52
4.2.2 Analisis Upaya Korea Selatan Dalam Mendukung <i>Webtoon</i> Di Pasar Global.....	54
BAB V KESIMPULAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 <i>webtoon</i> business proposal	27
Gambar 4.1.1 Komik Karya KIM San-ho	29
Gambar 4.1.2 Manhwebang	30
Gambar 4.1.3 Komik karya KANG Kyung-ok	35
Gambar 4.1.4 Majalah IQ Jump	37
Gambar 4.1.5 PC Bang	40
Gambar 4.1.6 Love Story Karya Kang Full	42
Gambar 4.1.7 Sejarah Perkembangan <i>Webtoon</i>	49
Gambar 4.2.1 <i>Webtoon</i> solo loveling.....	55
Gambar 4.2.2 Pusat Konvergensi <i>Webtoon</i>	59
Gambar 4.2.3 Kampus <i>Webtoon</i>	60
Gambar 4.2.4 Korea Manhwa Museum	69
Gambar 4.2.5 <i>Webtoon</i> Karya Park Tae Joon	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perusahaan Teratas Industri Komik	4
Tabel 1.2 Ukuran dan Perkiraan Pasar Komik dan Komik Digital Global	6
Tabel Kerangka Pemikiran 2.1	19
Tabel 4.2.1 Nilai Ekspor Industri Komik dan <i>Webtoon</i> Tahun 2021	79
Tabel 4.2.2 Transmedia <i>Webtoon</i> Tahun 2023	81

DAFTAR SINGKATAN

KOFICE	: Korea Foundation for International Cultural Exchange
KOCCA	: Korean Creative Content <i>Agency</i>
KCSC	: Korea Communications Standards Commiss
KOMACON	: Korea Manhwa Contents <i>Agency</i>
MCST	: Ministry of Culture, Sports and Tourism
KCCDC	: Korean Cultural Center Washington, D.C.
KOTRA	: Korea Trade Investment Promotion Agency
AS	: Amerika Serikat
USD	: United States Dollar
OSMU	: One Source Multi Use

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi budaya membawa masyarakat lokal ke dalam arus pertukaran budaya global yang menciptakan peluang untuk saling berkomunikasi, berbagi nilai budaya, serta tradisi dari berbagai penjuru dunia. Dalam prosesnya, globalisasi tidak menghapus budaya lokal, melainkan menciptakan hibriditas budaya yang memperkaya dinamika sosial dan membuka ruang bagi kreativitas serta inovasi di tingkat lokal maupun global. Hibridisasi budaya merupakan proses dinamis yang menciptakan keseimbangan antara penerimaan elemen budaya global dan pelestarian identitas lokal. Masyarakat lokal disini tidak hanya sekadar mengadopsi nilai atau tradisi asing, tetapi juga mengadaptasinya agar selaras dengan konteks sosial dan budayanya. Hal ini menciptakan bentuk baru budaya yang unik, di mana pada proses ini elemen global akan dipadukan dengan karakteristik lokal tanpa menghilangkan esensi dari tradisi asli. Produk budaya baru disini dapat mencerminkan keberagaman tanpa menghilangkan akar keasliannya (Jang & Song, 2017).

Webtoon pertama kali diperkenalkan pada tahun 2005 sebagai hasil dari dedikasi dan kecintaan Kim Jun-Koo yang saat ini menjabat sebagai *Founder* dan *CEO webtoon* terhadap dunia seni serta komik. Inisiatif ini didorong oleh keinginannya untuk mentransformasi media komik tradisional ke dalam platform digital yang dapat diakses secara luas. Menurutnya *webtoon* telah berkembang melampaui sebatas gagasan atau ide, saat ini komik web telah menjadi suatu bagian dari budaya populer, kelompok penggemar, dan industri hiburan (*Notice :: WEBTOON*, n.d.). Saat ini *webtoon* sudah menjadi perusahaan hiburan global dengan nama perusahaan *WEBTOON Entertainment* yang berada di Lost Angeles, Amerika Serikat.

Kelahiran *webtoon* merupakan tanggapan terhadap perubahan industri komik Korea Selatan yang mengalami krisis akibat berbagai faktor historis dan ekonomi. Sebelum transformasi, komik di Korea dikenal dengan sebutan *manhwa*, yang memiliki kesamaan dengan manga Jepang dikarenakan oleh pengaruh

budaya dari negara tetangga tersebut. Krisis ekonomi Asia tahun 1997 menjatuhkan industri kreatif Korea yang berdampak pada resesi ekonomi di negara ini. Pada tahun yang sama industri komik diperburuk oleh maraknya pembajakan dan penggunaan ilegal materi cetak. Dalam keadaan sulit ini, pelaku industri komik mulai beralih ke format digital sebagai solusi inovatif guna dapat bertahan yang mana hal ini juga bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi di Korea Selatan. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi yang sedang berkembang pesat lahirlah *webtoon* sebagai media baru yang lebih mudah diakses oleh pembaca melalui perangkat digital. LINE *Webtoon* ialah sebuah media komik digital oleh NAVER Corporation dan LINE Corporation yang telah dikembangkan sejak tahun 2004 (Lestari & Irwansyah, 2020).

Webtooniverse adalah sebutan pada fenomena *webtoon* yang berkembang pesat di era digital yang menciptakan sebuah lingkungan kreatif baru di dunia modern. Hal ini mencerminkan evolusi dari industri kreatif Korea yang tidak hanya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi tetapi juga memanfaatkan kekuatan budaya untuk membangun ekosistem digital di pasar global. Sektor kartun khususnya melalui *webtoon* telah menjadi ujung tombak transformasi industri kreatif Korea dalam era *Modern Hallyu* (Yecies & Shim, 2021).

Industri *webtoon* merupakan salah satu contoh nyata dari budaya global yang menjadi bagian penting dari *Modern Korean Wave (modern hallyu)*. Sebagai media komik digital, *webtoon* disini melampaui batas geografis yang telah menjangkau pengguna global. Popularitas *webtoon* telah memperkenalkan elemen budaya Korea, seperti bahasa, gaya hidup, dan budaya Korea kepada penggunanya di seluruh dunia. Keberhasilan industri *webtoon* di pasar komik digital dapat dilihat sebagai buah dari persatuan antara pengembangan pasar oleh kapitalisme neo-liberal dan lalu lintas budaya transnasional yang diperkuat oleh digitalisasi media baru (Jang & Song, 2017). Dalam sistem kapitalisme neo-liberal, industri *webtoon* memanfaatkan prinsip pasar bebas dengan memaksimalkan nilai ekonomi yang didukung oleh strategi pemasaran global. Lalu lintas budaya

transnasional berperana dalam menembus pasar internasional melalui distribusi media digital.

Pasar *webtoon* di tahun 2015 berada dalam kondisi duopoli yang didominasi oleh dua penyedia platform utama, yakni Naver *Webtoon* dan Daum Kakao Page. Kedua perusahaan ini menguasai sebagian besar pangsa pasar dan memainkan peran sentral dalam ekosistem distribusi konten *webtoon* secara digital. Berdasarkan data yang diterbitkan oleh Korea Creative Content Agency (KOCCA) pada tahun 2015, Naver tercatat menguasai sekitar 53,6% dari total pangsa pasar, sementara Daum Kakao Page menyusul dengan 37,3% (Lynn, n.d.).

Perusahaan	Naver	Daum	Nate	Olleh	T-store	Lezhin	Lainnya
Market %	53.6 (247)	37.3 (172)	3.0 (14)	2.0 (9)	0.9 (4)	2.8 (13)	0.4 (1)

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Domestik Webtoon Tahun 2015 (Unit: % (people)

Sumber : Diolah peneliti dari artikel jurnal "Korean Webtoons: Explaining Growth"

Terdapat sejumlah aktor utama didalam industri *webtoon*, yang berperan dalam mendorong perkembangan dan ekspansi pasar secara global. Beberapa platform *webtoon* terkemuka asal Korea Selatan, seperti *Naver Webtoon*, *Kakao Page*, dan *Lezhin Comics* telah berhasil memperluas jangkauan mereka ke pasar global (Hallyu White Paper 2018, 2018). Pada tahun 2020 pasar komik digital domestik Korea menunjukkan persaingan yang intensif. Laporan dari Layanan Analisis *Webtoon* milik iguide mencatat keberadaan enam puluh lima perusahaan yang aktif bersaing di industri ini (Yecies & Shim, 2021). Dari jumlah tersebut terdapat sepuluh perusahaan teratas berdasarkan rata-rata tampilan halaman bulanan yang ditampilkan pada tabel berikut.

Nama Perusahaan	Jumlah Tampilan Halaman
<i>Naver Webtoon</i>	4.000.000
<i>Toptoon</i>	2.500.000
<i>KakaoPage</i>	1.500.000
<i>Lezhin Comics</i>	1.400.000

<i>Bomtoon</i>	812.000
<i>Daum Webtoon</i>	754.000
<i>One Store</i>	525.000
<i>Toomics</i>	450.000
<i>Comico</i>	356.000
<i>Justoon</i>	277.000

Tabel 1.1 Perusahaan Teratas Industri Komik

Sumber : Diolah peneliti dari tulisan “South Korea’s Webtooniverse And The Digital Comic Revolution”

Pada tahun 2014, *Naver Webtoon* mengambil langkah kerjasama dengan *LINE Corporation* asal Jepang platform komunikasi berbasis aplikasi yang memiliki jangkauan luas guna menembus di pasar global (Lestari & Irwansyah, 2020). *Line Webtoon* versi global dari *Naver Webtoon* yang diluncurkan pada tahun 2014, dirancang untuk menjangkau pasar global dengan menyediakan konten dalam berbagai bahasa, termasuk Mandarin, Inggris, Indonesia, dan Thailand (Cho, 2021). Sementara itu, salah satu pesaingnya, Daum baru merilis versi Mandarin *webtoonnya* di pertengahan tahun 2015 (Lynn, n.d.). Lezhin Entertainment memasuki pasar Amerika Serikat pada tahun 2015. Hanya dalam waktu dua tahun, platform ini berhasil meraih posisi teratas dalam kategori komik di App Store Amerika Serikat pada tahun 2017. Sementara itu, Tapas Media merupakan pelopor dalam ekspansi *webtoon* Korea ke pasar AS. Diluncurkan pada Oktober 2012, Tapastic menjadi penerbit *webtoon* Korea pertama yang hadir di Amerika Serikat sekaligus menjadi satu-satunya portal *webtoon* di negara tersebut pada saat itu. Pada tahun 2018, penyebaran komik digital berbasis platform *webtoon* mengalami pertumbuhan di berbagai wilayah seperti Tiongkok, Jepang, dan seluruh Asia, serta di negara-negara Barat seperti Amerika Serikat. Industri ini sangat berkembang di Amerika Serikat dibuktikan oleh Lezhin Comics berhasil menduduki peringkat pertama dalam kategori kartun di Google Play Amerika Serikat berdasarkan volume penjualan di tahun 2018 mengalahkan Marvel Comics dan DC Comics (Hallyu White Paper 2019, n.d.).

Webtoon di tahun 2020 membuktikan bahwa didalam indsutri komik digital telah melampaui potensi oleh raksasa industri seperti *Marvel*, *DC*,

ComiXology, dan *Madefire* di pasar global terutama dalam hal kuantitas dari serial individu serta jumlah kreatornya. Perusahaan *webtoon* telah berhasil memperluas potensi konten yang dibuat pengguna (*User-Generated Content* disingkat UGC), hal ini menciptakan ekosistem kreatif yang inklusif serta dinamis. Inovasi ini mendorong keberagaman cerita serta menjadi pendorong utama pertumbuhan eksplosif hiburan digital di sektor kreatif. Upaya ini tentunya akan mendorong kreativitas individu serta memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Pada tahun 2012 hingga 2014, kontribusi konten yang dibuat pengguna (*User-Generated Content* atau UGC) dalam industri ini menghasilkan pendapatan hampir \$17 miliar USD di Australia, Korea, dan Jepang. Lebih jauh lagi, upaya UGC ini memainkan peran penting dalam menyumbang \$2,25 triliun USD, atau sekitar 3 persen dari PDB global, yang dicapai oleh industri budaya dan kreatif setiap tahunnya (Yecies & Shim, 2021).

Grafik 1.1 Nilai Ekspor Industri Komik/*Webtoon* Korea Selatan 2018-2022 (Unit : 1 Juta USD)



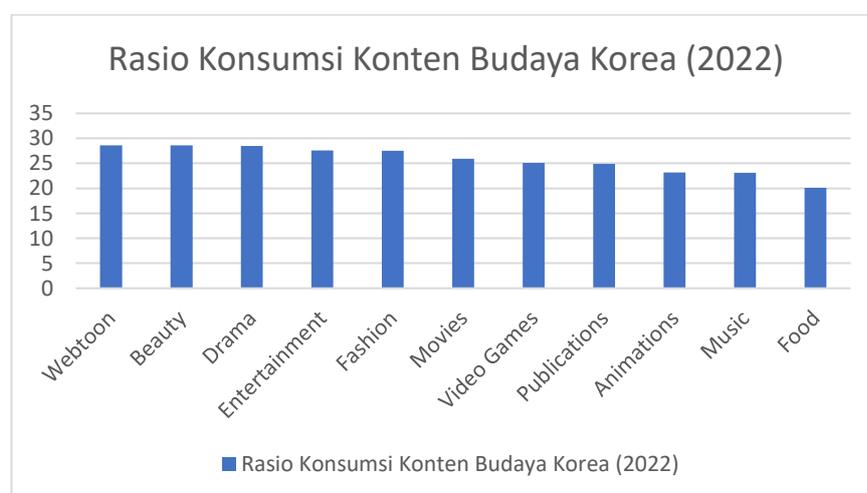
Grafik 1.1 Nilai Ekspor Industri Komik/*Webtoon* Korea Selatan 2018-2022 (Unit : 1 Juta USD)

Sumber : Diolah peneliti dari *KOFICE.or.kr*

Pasar komik dan *webtoon* Korea semakin berkembang pesat seiring dengan meningkatnya minat orang di seluruh dunia terhadap komik digital. Pada tahun 2018 total nilai ekspor industri ini senilai \$40,5 juta USD, nilai ini

meningkat dalam kurun waktu berikutnya, khususnya pada tahun 2020. Peningkatan ini dipengaruhi oleh situasi pandemi COVID-19 yang mendorong pergeseran konsumsi masyarakat global terhadap konten digital. Pertumbuhan ini tidak hanya bersifat sementara, melainkan berlanjut hingga tahun 2022, di mana ekspansi pasar semakin meluas dengan nilai ekspor mencapai \$107,98 juta USD (Hallyu White Paper 2023, 2023).

Pertumbuhan popularitas juga *webtoon* terlihat jelas dari kebiasaan konsumsi para penggunanya. Pada tahun 2022 KOFICE menyelenggarakan survei untuk melihat peringkat konten *Korean Waver* yang paling banyak di konsumsi terhadap 25.000 subjek di 26 negara. *Webtoon* dan konten *beauty* disini menempati posisi pertama (Hallyu White Paper 2023, 2023). Berdasarkan data yang dirilis oleh KOCCA pada tahun 2023, terlihat bahwa kategori seperti video game, animasi, *webtoon*, dan publikasi cenderung menempati posisi terendah dalam indeks kekuatan merek. *Webtoon* disini diterima dan diapresiasi oleh konsumen internasional bukan karena asalnya dari Korea Selatan, melainkan karena kualitas kontennya yang dianggap menarik secara independen. Hal ini diperkuat oleh temuan yang menunjukkan bahwa daya saing *webtoon* lebih didasarkan pada kekuatan narasi, inovasi format, dan kedalaman karakter, bukan pada pengaruh budaya pop Korea atau ketenaran selebritas Korea (Hallyu White Paper 2023, 2023).



Grafik 1.2 Rasio Konsumsi Konten Budaya Korea Global Tahun 2022

Sumber : Diolah peneliti dari KOFICE.or.kr

Sejak tahun 2014 pasca masuk pasar global hingga tahun 2025 *webtoon* telah memiliki pengguna aktif sebesar 170 juta setiap bulannya dengan 24 juta kreator di seluruh dunia (*Investor Relations / WEBTOON Entertainment Inc., n.d.*). Pada laporan keuangan di tahun 2024 salah satu aktor dari industri ini, Naver *Webtoon* memiliki pertumbuhan pendapatan yang begitu deras sebesar 9,5%, laba bersih mencapai \$20 Juta USD, serta total pendapatan mencapai \$347,9 juta USD (sekitar 409 miliar won) (*WEBTOON Entertainment Inc. Reports Strong Third Quarter 2024 Financial Results / WEBTOON Entertainment Inc., n.d.*).

Webtoon yang semakin dikenal di pasar global membawa berbagai dampak positif, baik bagi Korea Selatan maupun bagi aktor lain yang terlibat dalam industri ini. Salah satu dampak paling nyata adalah terbukanya lapangan pekerjaan baru, seperti penulis, ilustrator, penerjemah, hingga staf produksi animasi dan drama yang diadaptasi dari *webtoon*. Selain itu, ekspor *webtoon* yang meningkat memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif Korea Selatan, dengan menambah nilai ekspor nasional di sektor budaya. Tak hanya itu, popularitas *webtoon* juga mendorong kerja sama internasional, memperluas peluang bisnis, dan memperkuat citra positif Korea sebagai negara yang kaya akan kreativitas dan inovasi budaya. CEO Junkoo Kim yang menyatakan bahwa rata-rata pembuat konten profesional menghasilkan sebesar 48.000 dolar Amerika Serikat per tahun, sementara 100 pembuat konten teratas mampu memperoleh hingga 1 juta dolar per tahun. Data tersebut menunjukkan bahwa *Webtoon* telah berkontribusi secara nyata dalam membuka lapangan pekerjaan baru bagi para kreator konten, baik dalam skala nasional maupun global. *Webtoon* tidak hanya berfungsi sebagai sarana distribusi karya kreatif, namun juga sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif yang mendukung pertumbuhan tenaga kerja di sektor digital (CNN Indonesia, n.d.).

Di kawasan Asia, *webtoon* telah berkembang menjadi sumber konten bagi industri film, drama televisi, dan permainan seluler. Popularitas dan daya tarik naratif yang dimiliki oleh *webtoon* menjadikannya sebagai materi adaptasi yang potensial, sehingga banyak judul *webtoon* diangkat ke dalam bentuk visual seperti drama dan film layar lebar. Tidak hanya sebatas adaptasi, industri hiburan juga

memanfaatkan *webtoon* sebagai bagian dari strategi promosi yang bersifat transmedia. Salah satu contohnya adalah penggunaan "*webtoon* bermerek" yang difungsikan sebagai prolog atau epilog untuk memperluas jangkauan cerita dari sebuah produksi drama televisi. Pendekatan ini tidak hanya memperkaya pengalaman penonton melalui narasi lintas media, tetapi juga memperkuat identitas merek dari produk hiburan tersebut (Yecies & Shim, 2021). Fenomena pemanfaatan *webtoon* dalam berbagai bentuk media hiburan tersebut menunjukkan bahwa industri *webtoon* secara langsung menciptakan permintaan terhadap tenaga kerja di berbagai bidang, seperti ilustrator, penulis skenario, penerjemah, editor konten, hingga pengembang aplikasi. Dengan ekosistem yang terus berkembang dan meluas ke pasar global, industri *webtoon* memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan di sektor konten digital Korea Selatan serta memperkuat posisi negara tersebut sebagai salah satu pemimpin utama dalam ekspor budaya populer di kancah internasional.

Keberhasilan *LINE webtoon* merupakan bukti nyata dari daya tarik serta potensi besar industri *webtoon*. Daya tarik *webtoon* di pasar global semakin kuat, terutama dengan upaya *LINE Webtoon* dalam melibatkan dan mendidik kreator lokal melalui program inovatif seperti *Webtoon Challenge* dan *Webtoon Contest* (Lestari & Irwansyah, 2020). Program ini memberikan media bagi kreator untuk menampilkan bakat mereka, sekaligus memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengakuan serta potensi untuk menjadikannya sebagai pendapatan. *Webtoon Challenge* dan *Webtoon Contest* yang sering kali berbentuk kompetisi dalam menciptakan serial konten baru memungkinkan para kreator dari berbagai negara untuk memamerkan ide-ide segar sekaligus memperkenalkan genre dan gaya cerita yang beragam kepada pembaca global (*Apakah Webtoon Challenge itu?*, n.d.). Melalui program ini *LINE Webtoon* tidak hanya mendukung pengembangan industri *webtoon* secara global, namun juga memperluas keberagaman konten serta memberi ruang bagi suara-suara kreatif dari berbagai latar belakang budaya.

Perkembangan *webtoon* dalam industri kreatif Korea Selatan tidak terlepas dari peran pemerintah yang secara aktif mendukung *Korean Wave (Hallyu)* sebagai bagian dari diplomasi budaya dan pengembangan ekonomi kreatif (Safaat

et al., 2022). Peran dari kebijakan pemerintah merupakan salah satu faktor penting dalam memberikan dukungan secara tidak langsung kepada *webtoon*. Pemerintah disini berkontribusi melalui perencanaan dan investasi besar-besaran dalam infrastruktur digital yang memperkuat ekosistem kreatif. Pemerintah juga aktif membantu pendanaan untuk berbagai acara seperti festival animasi, manhwa, dan *webtoon* di dalam negeri serta mendukung kehadiran kreator di pameran internasional yang mana hal ini dapat memperluas jangkauan ke pasar global (Lynn, n.d.).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan data yang telah dipaparkan sebelumnya, *webtoon* merupakan produk budaya asli asal Korea yang mana telah berkembang menjadi salah satu produk budaya populer yang mampu bersaing di pasar global. Industri ini memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian Korea. Dengan ekspor konten, penjualan hak cipta, dan adaptasi *webtoon* ke dalam bentuk film, drama, hingga gim, industri ini telah menjadi sumber pemasukan baru bagi Korea Selatan. Namun, terdapat kesenjangan dalam pemahaman mengenai bagaimana industri ini berkembang dan bertahan di pasar global. Secara ideal, pemerintah diharapkan berperan aktif dalam mendukung ekspansi global industri kreatif melalui berbagai kebijakan dan dukungan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan: “Bagaimana upaya pemerintah Korea Selatan dalam mendukung penyebaran *webtoon* di pasar global?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini meliputi:

1. Mendiskripsikan *webtoon* sebagai instrumen diplomasi budaya Korea Selatan
2. Mendeskripsikan upaya pemerintah dalam membantu *webtoon* di pasar global.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan serta pengetahuan terkait perkembangan *webtoon* dan upaya pemerintah Korea Selatan dalam mendukung industri kreatif. Hasil Penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam

studi terkait industri kreatif serta upaya pemerintah dalam mendukung ekonominya yang mana penelitian ini diharapkan dapat membuka ruang untuk kajian lanjutan serta dapat dijadikan referensi untuk penelitian baru di masa depan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari proses pengelompokan atau pemetaan terhadap berbagai studi yang telah dilakukan sebelumnya dalam bidang yang relevan dengan topik penelitian. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi pola, temuan utama, serta hasil penelitian dalam literatur yang ada. Dengan mengelompokkan penelitian terdahulu berdasarkan hasil yang dicapai, peneliti dapat memahami perkembangan studi di bidang tersebut dan bagaimana penelitian mereka dapat memberikan kontribusi baru. Pengelompokan ini juga membantu dalam menyusun kerangka konseptual dan memberikan landasan yang kuat untuk membangun kerangka analisis. Adapun hasil pengelompokan sebagai berikut :

- Secara tidak langsung Pemerintah Korea Selatan menunjukkan komitmennya dalam memajukan industri kreatif dengan bekerja sama dengan berbagai aktor serta membentuk lembaga publik khusus seperti *Korean Creative Content Agency (KOCCA)* dan *Korea Manhwa Contents Agency (KOMACON)* (Berliantika et al., 2022). Aktor-aktor ini berperan sebagai media yang berguna dalam penyebaran informasi terkait budaya korea di kancah lokal maupun internasional (Yanti, 2015). Lembaga tersebut telah ikut serta dalam perluasan, penerimaan, dan peningkatan ekonomi untuk industri kreatif Korea (Yecies & Shim, 2021). Hasil penelitian terdahulu ini dimuat dari beberapa sumber yakni artikel jurnal oleh Choirin Nisa dan Berliantika yang berjudul “Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Ekspor Industri Kreatif Tahun 2016-2018” tahun 2022 (Berliantika et al., 2022), artikel jurnal oleh Reza Prima Yanti yang berjudul “*The Role Of South Korea’s Government In Developing And Sustaining Hallyu*” tahun 2018 (Yanti, 2015), serta tulisan oleh Brian

Yecies dan Ae-Gyung Shim yang berjudul “*South Korea's Webtooniverse and the Digital Comic Revolution*” tahun 2021 (Yecies & Shim, 2021).

- Pemerintah Korea Selatan secara strategis mendorong pertumbuhan produk korean wave dengan cara melakukan pemanfaatan teknologi modern, pembangunan sarana/prasarana digital dan dukungan finansial (Berliantika et al., 2022). Pemerintah juga mengundang masyarakat guna berpartisipasi aktif dalam membangun industri kreatif melalui program investasi (Jang & Song, 2017). Selain itu, masyarakat juga aktif berpartisipasi melalui berbagai kegiatan seperti program edukasi konten digital dan kampanye budaya. Hasil penelitian terdahulu ini dimuat dari beberapa sumber yakni artikel jurnal oleh Choirin Nisa dan Berliantika yang berjudul “Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Ekspor Industri Kreatif Tahun 2016-2018” tahun 2022 (Berliantika et al., 2022), artikel jurnal oleh Reza Prima Yanti yang berjudul “*The Role Of South Korea's Government In Developing And Sustaining Hallyu*” tahun 2018 (Yanti, 2015), tesis berjudul “Peran Platform *Webtoon* Sebagai Aktor Diplomasi Publik Korea Selatan Dalam Pelaksanaan Corporate Diplomacy Di Indonesia” oleh Nabilah Puspita yang dipublikasi tahun 2022 (Nabilah Puspita, 2022), artikel oleh Wonho Jang dan Jung Eun Song yang berjudul “*Webtoon As A New Korean Wave In The Process Of Glocalization*” tahun 2017 (Jang & Song, 2017), serta tulisan oleh Brian Yecies dan Ae-Gyung Shim yang berjudul “*South Korea's Webtooniverse and the Digital Comic Revolution*” tahun 2021 (Yecies & Shim, 2021).
- Pemerintah Korea Selatan memainkan peran kunci dalam mendukung produk Korean Wave di kancah global melalui serangkaian kebijakan atau undang-undang (UU) yang strategis. Kebijakan ini berfokus pada pengembangan dan ekspansi industri budaya seperti UU Kerangka Kerja tentang Promosi Industri Budaya, yang kemudian digantikan pada tahun 2011 oleh UU Promosi Industri Konten, UU Penyiaran, UU Pengembangan Industri Konten Digital Daring, dan UU Hak Cipta. Hasil penelitian terdahulu ini dimuat dari beberapa sumber yakni tulisan oleh Brian Yecies dan Ae-Gyung Shim yang berjudul “*South Korea's*

Webtooniverse and the Digital Comic Revolution” tahun 2021 (Yecies & Shim, 2021), artikel oleh Wonho Jang dan Jung Eun Song yang berjudul “*Webtoon As A New Korean Wave In The Process Of Glocalization*” tahun 2017, tesis berjudul “Peran Platform *Webtoon* Sebagai Aktor Diplomasi Publik Korea Selatan Dalam Pelaksanaan Corporate Diplomacy Di Indonesia” oleh Nabilah Puspita yang dipublikasi tahun 2022 (Nabilah Puspita, 2022), tulisan oleh Jin Dal Yong yang berjudul “*The Rise of the New Korean Wave*” tahun 2016 (Jin, 2016), artikel oleh Hyung-Gu Lynn yang berjudul “*Korean Webtoons: Explaining Growth*” tahun 2014 (Lynn, n.d.), dan artikel jurnal oleh Reza Prima Yanti yang berjudul “*The Role Of South Korea’s Government In Developing And Sustaining Hallyu*” tahun 2018 (Yanti, 2015).

- Pemerintah Korea Selatan secara aktif memanfaatkan partisipasi dalam berbagai acara internasional untuk mempromosikan *Korean Wave* dan memperluas pengaruh budaya Korea di tingkat global. Melalui *Korean Wave*, pemerintah berhasil memanfaatkan budaya populer sebagai alat diplomasi budaya yang efektif untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan negara lain. Promosi produk budaya di penjuru dunia tidak hanya memperkenalkan budaya Korea tetapi juga menciptakan daya tarik yang mendorong minat masyarakat internasional terhadap produk kreatif yang lebih luas seperti *webtoon*. Hasil penelitian terdahulu ini dimuat dari beberapa sumber yakni artikel jurnal oleh Choirin Nisa dan Berliantika yang berjudul “Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Ekspor Industri Kreatif Tahun 2016-2018” tahun 2022 (Berliantika et al., 2022), dan artikel jurnal oleh Asshinaz Noor Fadhilah yang berjudul “*The Role and Impact of Public Diplomacy in Shaping South Korea Foreign Policy Decisions: Study Case Analysis on Korean Wave*” tahun 2024 (Fadhilah, n.d.).

2.2 Kerangka Penelitian

2.2.1 Konsep Dan Teori

1. Diplomasi Budaya

Diplomasi budaya tidak dapat dipisahkan dari kepentingan nasional yang mana lebih cenderung melibatkan aktor-aktor pemerintah dalam usahanya bersamaan dengan lembaga yang berkepentingan dengan penggunaan budaya sebagai sarana untuk mengembangkan dan mempertahankan hubungan dengan mitranya (Morrison et al., 2017). Dikutip dari tulisan karya Warsito dan Kartikasari diplomasi budaya merupakan upaya dari aktor negara dalam mencapai kepentingan nasional dengan menggunakan elemen budaya (Warsito & Kartikasari, 2007).

Cumming pada tahun 2003 mengungkapkan bahwa diplomasi budaya terbentuk dari beberapa komponen penting seperti pertukaran ide, informasi, seni dan aspek lain dari budaya antar bangsa dan masyarakatnya yang ditujukan untuk memupuk usaha saling pengertian (M.C. Cummings, 2003). Menurut Michael J. Waller pada tahun 2009 diplomasi budaya memiliki beberapa instrument yakni hasil seni, pertunjukan seni, program pendidikan, pertukaran pengetahuan, pendirian studi, penyiaran berita, serta penghargaan/pemberian hadiah, dan menghargai pandangan aktor lain. Selain itu, menurut Scott diplomasi budaya memiliki beberapa tujuan yakni membantu meningkatkan pengakuan budaya, meningkatkan ekonomi, meningkatkan pengaruh serta reputasi, menurunkan prasangka buruk, dan promosi (J. Michael Waller, 2009). Sebagai contoh pertukaran budaya antar bangsa yang saling menguntungkan akan membawa hubungan jangka panjang, kepercayaan, dan pemahaman dengan ikut membawa niat baik dan pengaruh di luar negeri. Diplomasi budaya sendiri ialah sebuah konsep yang menekankan pada penggunaan budaya dalam praktik diplomasi guna dapat menggapai kepentingan nasional suatu negara.

Upaya suatu aktor dalam memelihara hubungan di lingkungan internasional dengan cara mengenalkan atau membantu penyebaran sumber daya serta budayanya kepada aktor lain dapat dikatakan sebagai diplomasi budaya. Secara tradisional diplomasi budaya dapat

diartikan sebagai kebijakan negara dalam membantu penyebaran produk budaya ke negara lain. Contoh historisnya adalah pembangunan perpustakaan Yunani di Mesir yang mana bertujuan untuk untuk mengumpulkan dan menyebarkan pengetahuan dari seluruh dunia (Cull, 2009).

Menurut Goff diplomasi budaya didasarkan pada dua ide yakni pertama ialah hubungan baik serta rasa hormat, sedangkan yang kedua ialah seni, bahasa, serta pendidikan perlu menjadi hal yang utama. Artinya setiap aktor disini perlu memelihara hubungan baik dengan aktor lainnya. Setiap aktor dapat mengenal lebih dalam mengenai nilai-nilai dan pemikiran aktor lain menggunakan budaya masing-masing. Budaya disini dapat berupa seni dan bahasa otentik dari aktor tersebut. Diplomasi budaya disini dapat menjadi media untuk menghubungkan perbedaan dengan rasa saling memahami. Jangkauan dalam diplomasi budaya tidak hanya antar negara saja melainkan semua aktor. Peran pemerintah dalam diplomasi budaya disini dapat menjadi sumber daya yang mendukung setiap produk budaya, acara, dan program budaya yang dilaksanakan (Goff, 2013).

Gienow dan donfried pada tahun 2010 dalam bukunya mengungkapkan bahwa diplomasi budaya memiliki empat komponen utama yang sangat penting untuk dipahami agar dapat menganalisis berbagai fenomena dalam hubungan internasional (Gienow-Hecht & Donfried, 2010), meliputi :

a) *Agen*

Agen disini bermakna sebagai suatu pihak atau aktor yang menjadi penggerak jalannya kegiatan-kegiatan diplomasi budaya. Aktor disini bisa berasal dari berbagai pihak seperti negara ataupun non-negara.

b) *Agenda*

Agenda disini merujuk pada suatu *agen* yang memiliki tujuan, pesan, dan pandangan yang ingin disampaikan melalui diplomasi budaya. misalnya memperkenalkan budaya negara,

membangun citra positif, atau mempererat hubungan antarnegara.

c) *Vehicle*

Kendaraan disini mengacu kepada sebuah media yang digunakan *agen* untuk menyampaikan *agendanya*. Media yang biasa dipakai adalah ekspresi budaya yang otentik dari negara asal seperti music, film, dan lain-lain.

d) *Audiens*

Audiens disini berarti sebagai target sasaran dari diplomasi budaya. *Agen* disini harus memiliki kemampuan yang mumpuni guna dapat mewujudkan serta memelihara hubungan baik dengan targer *audiens*, seperti pengetahuan lokal, budaya, dan bahasa.

Konsep diplomasi budaya yang akan dipakai dalam kerangka pemikiran dalam penelitian ini ialah konsep dari Gienow Hecht dan Donfried yang mencakup empat elemen utapa yakni *agen*, *agenda*, kendaraan, dan target *audiens*. Konsep yang telah dijelaskan diatas akan membantu menjawab pertanyaan penelitian yang mana pemerintah disini akan menjadi sumber daya yang akan mendukung *webtoon* di level global melalui pendanaan industri kreatif, promosi budaya, serta pembentukan institusi budaya seperti KOMACON dan KOFICE. Upaya tersebut tidak hanya meningkatkan daya tarik budaya Korea tetapi juga memperluas jangkauan industri kreatif Korea Selatan secara global. Oleh karena itu, analisis menggunakan konsep diplomasi budaya akan memberikan kerangka teoretis yang relevan untuk menjelaskan upaya pemerintah dalam mendukung *webtoon* sebagai produk budaya populer di pasar global.

2. Budaya Populer

Budaya populer (pop) sering dipahami sebagai budaya yang dibuat untuk dikonsumsi oleh banyak orang dan biasanya diproduksi secara massal dengan tujuan komersial. Budaya yang diperlukan bersifat massal sehingga diproduksi berdasarkan kebutuhan pasar. Budaya

pop ini akan muncul ketika pasar menginginkannya. Budaya populer hanya dapat muncul ketika terjadinya industrialisasi dan urbanisasi. Budaya populer disini sangat bergantung pada adanya ekonomi pasar kapitalis. Karena Inggris adalah negara pertama yang mengalami revolusi industri dan urbanisasi, negara ini juga menjadi yang pertama menghasilkan budaya populer dalam pengertian modern. Sebelum periode ini terjadi, Inggris hanya memiliki dua jenis budaya yakni budaya umum dimana secara luas dianut oleh semua lapisan masyarakat, dan budaya elit dimana hanya diproduksi dan dinikmati oleh kelas dominan. Namun, setelah budaya populer mulai berkembang lapisan masyarakat mulai runtuh munculnya bentuk budaya baru yang diproduksi secara massal dan dikonsumsi oleh masyarakat perkotaan yang beragam (John Storey, 2015).

Budaya pop ini lebih mudah berkembang di masyarakat perkotaan karena masyarakat disini memiliki akses yang lebih mudah dan cepat terhadap berbagai informasi. Akses ini didukung oleh kemajuan teknologi, terutama internet dan media sosial yang memungkinkan masyarakat untuk mengenal dan mengadopsi berbagai budaya dan nilai-nilai dari seluruh dunia. Budaya pop selalu berubah dan berkembang seiring waktu. budaya pop diciptakan dan diubah setiap kali disebarkan di masyarakat. Budaya pop juga mudah berubah karena dipengaruhi oleh perkembangan minat masyarakat. Produk budaya populer adalah hal-hal yang banyak dikenal dan disukai oleh sebagian besar orang dalam sebuah masyarakat. Biasanya, berbentuk gambar, cerita, dan ide-ide yang sering muncul dan menjadi bagian dari budaya utama (Istiqomah, 2020).

Secara tradisional, budaya populer biasanya mencakup hal-hal yang bisa dipahami atau dibaca seperti buku, film, komik, atau gambar. Namun, saat ini pemahaman tentang apa yang bisa dianggap dapat dibaca telah berkembang. Saat ini, hal-hal seperti makanan, iklan, dan gaya hidup telah masuk kedalam sistem budaya yang dapat

dianggap sebagai bagian dari budaya populer (Mukerji & Schudson, 1986).

Budaya populer dapat diartikan sebagai budaya yang terkenal dan relevan di segala lapisan masyarakat. Budaya populer dapat dipahami sebagai budaya yang berkembang di masyarakat dan akhirnya menjadi kebiasaan yang disukai banyak orang. Budaya populer disini budaya yang tumbuh dari masyarakat serta dapat diterima secara luas bukan hanya oleh kelompok tertentu (Susanti et al., 2024).

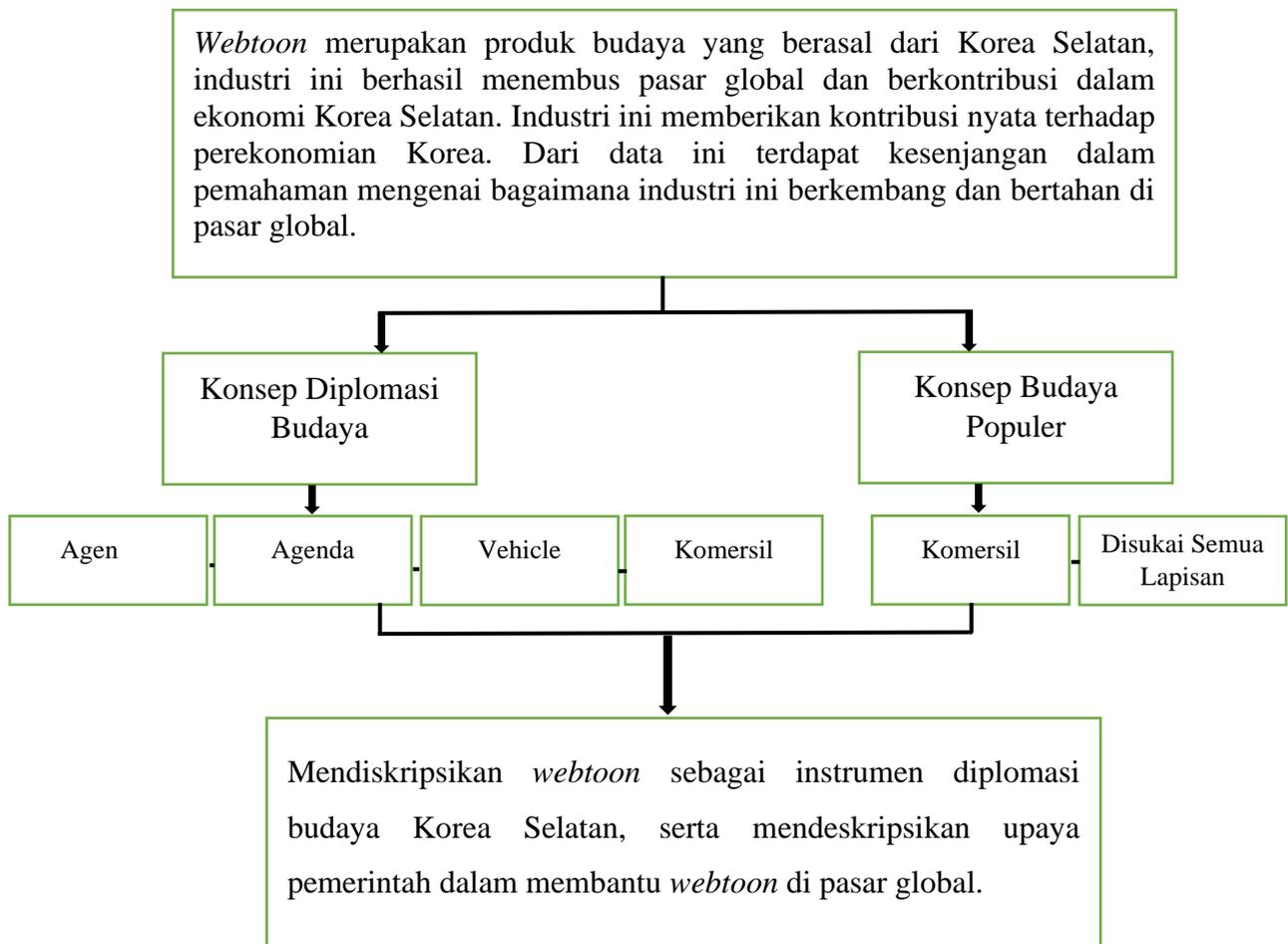
Konsep budaya populer berperan penting dalam menjelaskan popularitas *webtoon* di tingkat global, sebagai produk budaya yang digemari masyarakat luas. *Webtoon* disini memiliki karakteristik yang unik berbeda dengan komik konvensional serta akses mudah yang mana mampu melintasi batas-batas geografis dan budaya. Popularitas *webtoon* mencerminkan kemampuan budaya populer untuk memenuhi selera global melalui isi cerita yang relevan, menarik, dan mudah diterima. Konsep ini akan membantu menjelaskan bagaimana pemerintah Korea Selatan memanfaatkan budaya populer sebagai strategi diplomasi budaya.

Webtoon berasal dari gabungan kata "*web*" dan "*cartoon*" yang pertama kali muncul pada awal tahun 2000-an sebagai inovasi di bidang industri komik digital. Inovasi ini memiliki tujuan utama untuk memenuhi kebutuhan narasi visual yang dirancang khusus dengan media daring. Komik ini berbeda dengan format komik tradisional seperti manga asal Jepang yang mana umumnya diproduksi untuk media cetak dengan format hitam-putih. *Webtoon* disini dirancang khusus untuk konsumsi di media digital dengan penggunaan format vertikal panjang yang memungkinkan pembaca dapat menggeser konten dengan lancar di perangkat elektronik. Selain itu, setiap episode *webtoon* yang diterbitkan menggunakan panel-panel berwarna yang mana ini akan menarik secara visual serta dapat memberikan pengalaman membaca yang lebih interaktif (J. Park, 2024). Perbedaan ini mencerminkan bahwa *webtoon* disini lihai dalam memanfaatkan

teknologi digital secara maksimal yang menjadikannya sebagai salah satu media yang tidak hanya inovatif tetapi juga membawa perubahan pada komik di zaman modern. *Webtoon* juga menarik dalam konteks naratif dengan ide cerita yang sering kali membahas isu-isu sosial budaya yang relevan dengan kehidupan masyarakat Korea (J. Park, 2024).

2.2.2 Kerangka Pikir

Tabel Kerangka Pikir 2.1



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, peneliti akan membeberkan penjelasan metodologis yang akan digunakan dalam jalannya penelitian. Bab ini terbagi ke dalam lima bagian sub bab, yakni jenis penelitian, fokus penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, serta teknik analisis data. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian ini akan berfokus pada upaya pemerintah Korea Selatan dalam mendorong *Webtoon* di pasar global sebagai produk budaya populer. Sumber data yang dijadikan acuan oleh peneliti dalam penelitian ialah sumber data sekunder. Data dan fakta akan dikumpulkan dengan menggunakan teknik studi literatur yang kemudian dianalisis menggunakan teori *soft power* serta *creative economy*.

3.1 Jenis Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik analisis deskriptif. Pendekatan ini dirasa penulis cocok dalam mengkaji topik permasalahan penelitian ini yakni upaya Pemerintah Korea Selatan dalam mendukung *Webtoon* di pasar global sebagai produk budaya populer. Penelitian kualitatif sendiri merupakan pendekatan ilmiah yang bertujuan untuk menelaah serta mengetahui makna suatu fenomena sosial. Sedangkan analisis deskriptif dalam penelitian kualitatif ialah sebuah pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan data secara rinci tanpa memberikan penjelasan yang berlebihan dengan memanfaatkan kerangka kerja yang sudah disiapkan. Alasan digunakan pendekatan kualitatif ialah karena pendekatan ini bersifat eksploratif, yang mana memungkinkan peneliti disini untuk menggali fenomena yang belum dipahami secara lebih mendalam (John W. Creswell & J. David Creswell, 2022). Sifat eksploratif ini sangat relevan dalam situasi di mana data awal masih terbatas atau ketika kerangka teoretis yang ada belum memadai untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Pendekatan kualitatif disini bertujuan untuk mengerti suatu keadaan

tertentu dengan menjurus pada pendeskripsian secara rinci dan alami terkait fakta yang tersedia di lapangan (Fadli, 2021).

3.2 Fokus Penelitian

Reduksi atau fokus penelitian merupakan tahap penting di mana peneliti menyortir data guna dapat fokus pada informasi yang benar-benar relevan dengan masalah penelitian. Peneliti disini memilih data yang dianggap penting agar penelitian tetap terarah dan tidak terlalu universal. Tahap ini membantu peneliti untuk menyusun data secara lebih terorganisir sehingga lebih mudah dianalisis dan menghasilkan temuan yang sesuai dengan tujuan penelitian (Fadli, 2021).

Penelitian ini berfokus untuk mendiskripsikan mengenai perkembangan *webtoon* dan menjelaskan upaya pemerintah dalam mendukung *webtoon* sebagai di level global. Fokus pertama mengenai perkembangan *webtoon* akan dibahas mulai dari perkembangan, sejarah, dan dinamika di Korea Selatan. Fokus kedua mengenai upaya pemerintah Korea Selatan dalam mendukung *webtoon* di pasar global akan dijelaskan dengan konsep diplomasi budaya.

3.3 Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data sekunder. Data sekunder merupakan data telah dikumpulkan sebelumnya oleh pihak lain untuk digunakan kembali oleh pengumpul data dalam konteks penelitian yang berbeda (Pratiwi, 2017). Sumber-sumber data itu yakni :

1. Dokumen resmi Pemerintah Korea Selatan terkait kebijakan yang mendukung industri budaya/komik.
2. Berita yang dimuat oleh media terpercaya terkait *webtoon* dan industri budaya/komik Korea Selatan, seperti Korea.net, CNN, RRI.CO.ID dan lain-lain.
3. Buku serta publikasi lain yang memuat terkait dengan *webtoon* dan industri budaya/komik Korea Selatan, seperti buku *South Korea's webtooniverse and the digital comic revolution* oleh Shim dan Ae-Gyung,

4. Artikel jurnal yang memuat terkait dengan *webtoon* dan industri budaya Korea Selatan.
5. Laporan dari badan yang bekerja sama dengan pemerintah Korea Selatan seperti KOCCA, MCST, dan KOMACON yang memuat terkait dengan *webtoon* dan industri budaya/komik.
6. Konten media sosial yang memuat terkait dengan *webtoon* dan industri budaya/komik Korea Selatan seperti konten wawancara di youtube Connected Ink

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada tahap pengumpulan data peneliti disini perlu lebih mencermati sumber data yang akan dipilih. pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting karena kualitas hasil penelitian sangat bergantung pada kualitas dan kelengkapan data yang diperoleh. Jenis data yang akan dipilih menurut cara pengumpulannya ialah data sekunder dimana data yang diperoleh disini tidak secara langsung diambil dari objek penelitian. Peneliti disini mendapatkan data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dengan beragam sarana (Pratiwi, 2017).

Penelitian kualitatif sering menggunakan pendekatan triangulasi, yaitu menggabungkan data dari berbagai metode untuk memastikan validitas dan keakuratan temuan (Fadli, 2021). Peneliti disini menggunakan metode analisis dokumen dalam menyelesaikan penelitian ini. Analisis dokumen berarti metode yang digunakan untuk mempelajari informasi tertulis atau arsip, seperti laporan, kebijakan, atau catatan sejarah.

3.5 Teknik Analisis Data

Peneliti menyadari bahwa pada analisis data dalam penelitian kualitatif tidak akan lepas dari pengumpulan dan pengarsipan data (Fadli, 2021). menurut miles dalam bukunya yang berjudul "*Qualitative Data Analysis : An Expanded Sourcebook*" dalam penelitian kualitatif terdapat tiga urutan analisis data (Matthew B. Miles et al., 2014) yakni :

1. Kondensasi Data

Pada proses ini peneliti akan membuang data yang tidak relevan, memilih, dan memfokuskan data yang telah dicari. Data-data akan dipilih sesuai dengan fokus penelitian agar penelitian tetap berjalan sesuai batas yang telah ditentukan sebelumnya. Tahap ini merupakan salah satu kegiatan analisis yang berguna dalam mengorganisir data sehingga akan mempermudah dalam membuat kesimpulan.

2. Display Data

Proses selanjutnya yakni mengumpulkan semua data yang sudah difokuskan menjadi tampilan atau penyajian data. Menurut miles penyajian data yang Pada tahap ini peneliti akan memutuskan serta menyederhanakan data lalu akan dikategorikan dalam sebuah bentuk teks. Tahap ini membantu peneliti untuk menghubungkan data pada teori yang mana memudahkan dalam mengidentifikasi pola antar kategori.

3. Kesimpulan Dan Verifikasi

Pada tahap ini akan ditarik sebuah kesimpulan lalu akan diverifikasi secara berkelanjutan selama analisis data. Verifikasi disini bertujuan untuk memastikan bahwa temuan yang dihasilkan valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Prosesnya dapat berupa langkah sederhana, seperti pemikiran ulang oleh peneliti saat menulis hingga langkah yang lebih mendalam, seperti memeriksa kembali data lapangan guna memastikan tidak ada data penting yang terlewat.

Selain itu, peneliti disini akan menggunakan teknik analisis *coding* dalam penelitian kualitatif ini. *Coding* sendiri berarti suatu proses penerapan sebuah simbol untuk sebuah dalam analisis data kualitatif yang mana peneliti disini akan memberikan label atau kategori yang berguna untuk mengidentifikasi dan mengorganisir pola dalam data. Data disini dapat berupa artikel, berita, dokumen, dan situs web. Menurut saldana dalam bukunya yang berjudul “*The Coding Manual For Qualitative Researchers*” *coding* dalam penelitian kualitatif dibedakan menjadi dua bagian yakni “*first cycle coding*” dan “*second cycle coding*”(Saldaña, 2013).

Pada tahap awal yakni *first cycle coding* peneliti akan memilah data lapangan menjadi kategori-kategori yang relevan. Pada tahap ini, kode dibuat

untuk menangkap inti dari data dalam bentuk yang lebih sederhana. Pada tahap ini menurut saldan pengodean akan dibagi menjadi tujuh kategori yakni *“Grammatical, Elemental, Affective, Literary And Language, Exploratory, Procedural, And A Final Profile Entitled Themeing The Data”*. Sedangkan tahap second cycle coding peneliti disini akan menganalisis lebih mendalam dan terfokus dalam mengorganisir kategori yang sebelumnya telah dibuat dengan teori yang dipakai dalam penelitian (Saldaña, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti pertama akan melakukan kondensasi data yang mana dilakukan dengan merangkum, memilih, dan memfokuskan data mentah agar lebih terstruktur dan relevan dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, data yang telah dikondensasi akan disajikan dalam bentuk display narasi agar memudahkan pemahaman dan analisis lebih lanjut. Proses ini dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan berdasarkan pola, hubungan, dan makna yang ditemukan dalam data. Untuk mendukung semua tahap tersebut, peneliti juga akan melakukan proses koding, yaitu memberi label atau tanda tertentu pada bagian data yang memiliki tema atau kategori khusus.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Webtoon merupakan istilah yang berasal dari gabungan kata "web" dan "cartoon", yang pertama kali muncul pada awal tahun 2000-an sebagai hasil dari inovasi di bidang industri komik. Kemunculan *webtoon* menandai perubahan besar dalam cara masyarakat menikmati karya komik, beralih dari format cetak tradisional ke platform digital berbasis internet. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, *webtoon* disini menawarkan format bacaan vertikal yang disesuaikan dengan perangkat digital seperti komputer, tablet, dan smartphone, sehingga lebih praktis dan mudah diakses kapan saja dan di mana saja. Kehadiran *webtoon* tidak hanya memperluas akses terhadap karya-karya komik, tetapi juga membuka peluang baru bagi para kreator untuk berkreasi dan berinteraksi dengan *audiens* secara langsung melalui berbagai platform daring.

Upaya industri *webtoon* Korea untuk memperluas ke pasar global mulai terlihat di tahun 2014. pada tahun 2014, Naver *Webtoon* mengambil langkah kerjasama dengan LINE Corporation asal Jepang platform komunikasi berbasis aplikasi yang memiliki jangkauan luas guna menembus di pasar global. Sebelumnya, Tapastic menjadi penerbit *webtoon* Korea pertama yang secara resmi memasuki pasar Amerika Serikat di tahun 2012, sekaligus menjadi portal *webtoon* pertama dan satu-satunya yang berbasis di AS pada saat itu. Salah satu mitra utama dalam ekspansi ini adalah Daum *Webtoon*, yang memanfaatkan platform Tapastic sebagai sarana untuk memperkenalkan dan mendistribusikan kontennya kepada *audiens* baru di luar. Setelah itu, Daum baru merilis versi Mandarin *webtoonnya* di pertengahan tahun 2015. Lezhin Entertainment memasuki pasar Amerika Serikat pada tahun 2015. Hanya dalam waktu dua tahun, platform ini berhasil meraih posisi teratas dalam kategori komik di App Store Amerika Serikat pada tahun 2017. Pada tahun 2018, penyebaran komik digital berbasis platform *webtoon* mengalami pertumbuhan di berbagai wilayah seperti Tiongkok, Jepang, dan seluruh Asia, serta di negara-negara Barat seperti Amerika Serika.

Pada penelitian ini ditemukan bahwa *Webtoon* disini telah berkembang menjadi bagian dari budaya populer Korea Selatan yang memiliki nilai komersial tinggi dan digemari oleh berbagai lapisan, dibuktikan dengan kehadiran *webtoon* di berbagai negara. Kesuksesan *webtoon* ini tidak lepas dari peran pemerintah Korea Selatan yang mendukung ekspansi *webtoon* ke pasar global melalui diplomasi budaya. Merujuk pada konsep diplomasi budaya dari Gienow-Hecht dan Donfried, dapat dilihat bahwa pemerintah bertindak sebagai *agen*, dengan *agenda* untuk memperkuat citra budaya Korea di dunia dan memperluas pasar industri kreatif. Pemerintah Korea Selatan disini memulai dukungannya terhadap industri *webtoon* dengan terlebih dahulu menciptakan lingkungan yang ideal bagi para seniman dan pelaku industri kreatif. Dukungan ini diberikan melalui pembangunan infrastruktur, penyediaan ruang kerja kreatif, pelatihan, serta pendanaan bagi para seniman. Setelah ekosistem kreatif ini terbentuk dan berkembang, pemerintah disini memfasilitasi promosi *webtoon* melalui partisipasi dalam festival internasional, seperti Festival Komik Angoulême di Prancis, festival K-*Webtoon* di berbagai negara, Festival Komik Bucheon, serta menjalin kerja sama budaya dengan negara lain seperti Tiongkok melalui proyek pertukaran konten kreatif. Sementara itu, *audiens* yang disasar meliputi masyarakat global serta pelaku industri kreatif.

Peneliti disini menemukan bahwa upaya yang paling signifikan dalam menyukseskan masuknya *webtoon* ke pasar global justru datang dari aktor non-negara, yakni perusahaan yang melakukan merger dan akuisisi dengan perusahaan global. Melalui langkah ini, perusahaan mampu memperluas jangkauan *webtoon* ke berbagai negara dan membangun jaringan distribusi yang kuat. Sementara itu, pemerintah Korea Selatan tetap memiliki peran penting, terutama dalam menciptakan lingkungan yang mendukung melalui kebijakan, regulasi, program seperti pelatihan kreator atau dukungan dana promosi, serta melakukan promosi ke dunia global melalui festival dan acara internasional. Kolaborasi antara kedua aktor ini pada akhirnya menjadi kunci dari keberhasilan industri *webtoon* sebagai salah satu kekuatan budaya Korea yang mendunia.

5.2 Saran

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan yang bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengkaji strategi dan upaya suatu pemerintah dalam menjalankan diplomasi budaya untuk mendukung produk budayanya. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bahan bacaan yang relevan bagi mahasiswa, akademisi, maupun praktisi yang tertarik pada studi kebijakan budaya dan hubungan internasional. Melalui pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana diplomasi budaya dijalankan, seperti dalam kasus dukungan pemerintah Korea Selatan terhadap industri *webtoon*. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting dalam memengaruhi arah kebijakan, baik dalam bentuk strategi kebudayaan nasional maupun dalam penyusunan peraturan atau perundang-undangan yang berkaitan dengan diplomasi budaya.

Peneliti menyarankan bagi penelitian selanjutnya, disarankan agar analisis mengenai diplomasi budaya dapat dilakukan secara lebih mendalam dengan menggunakan konsep, teori, serta metode yang berbeda seperti konsep *soft power*. *Soft power* disini berasumsi bahwa kemampuan suatu negara memengaruhi negara lain bukan melalui kekuatan militer atau ekonomi (*hard power*), melainkan melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan luar negeri yang dianggap sah dan menarik. Dalam konteks Korea Selatan, *webtoon* menjadi salah satu bentuk *soft power* yang efektif dalam meningkatkan citra dan pengaruh negara di kancah global. Pendekatan ini akan membantu memberikan sudut pandang yang lebih luas dan rinci mengenai bagaimana diplomasi budaya berperan penting dalam membentuk dan memengaruhi posisi suatu negara di tingkat regional maupun global. Dengan memperluas kerangka analisis, peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi dampak nyata dari diplomasi budaya terhadap citra negara, hubungan antarnegara, serta pengaruhnya dalam memperkuat *soft power* sebuah negara di suatu kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apakah Webtoon Challenge itu? : LINE WEBTOON Bantuan.* (n.d.). Retrieved December 13, 2024, from <https://help.naver.com/service/9732/contents/3953?lang=id>
- Berliantika, C. N., Susiatiningsih, H., & Wahyudi, F. E. (2022). Strategi Pemerintah Korea Selatan Dalam Ekspor Industri Kreatif Tahun 2016-2018. *Journal of International Relations Diponegoro*, 8(3), Article 3. <https://doi.org/10.14710/jirud.v8i3.34652>
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace through tourism. *TOURISM Review*, 65(1).
- 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>
- CNN Indonesia. (n.d.). *Menguak Webtoon, Bisnis yang Kini IPO dan Bernilai Miliaran Dolar.* hiburan. Retrieved April 12, 2025, from <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20240618144645-241-1111146/menguak-webtoon-bisnis-yang-kini-ipo-dan-bernilai-miliaran-dolar>
- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past.* USC Center on Public Diplomacy.
- Fadhilah, A. N. (n.d.). The Role and Impact of Public Diplomacy in Shaping South Korea Foreign Policy Decisions: Study Case Analysis on Korean Wave. *A. N.*, 7.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif.* 21(1).
- Gienow-Hecht, J. C. E., & Donfried, M. C. (2010). *Searching for a Cultural Diplomacy.* Berghahn Books. <https://books.google.co.id/books?id=a7F3Pi2zvr4C>
- Goff, P. M. (2013). *Cultural Diplomacy.* Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199588862.013.0024>
- Hallyu White Paper 2018.* (2018). KOFICE. http://eng.kofice.or.kr/resource/resource_1_view.asp?f_seq=387
- Hallyu White Paper 2019.* (n.d.). KOFICE. [http://eng.kofice.or.kr/data/%5BKOFICE%5D%20Hallyu%20White%20Paper%202019\(4\).pdf](http://eng.kofice.or.kr/data/%5BKOFICE%5D%20Hallyu%20White%20Paper%202019(4).pdf)
- Hallyu White Paper 2023.* (2023). KOFICE. [http://eng.kofice.or.kr/z99_include/filedown1.asp?filename=\[KOFICE\]%20Hallyu%20White%20Paper%202023\(1\).pdf](http://eng.kofice.or.kr/z99_include/filedown1.asp?filename=[KOFICE]%20Hallyu%20White%20Paper%202023(1).pdf)
- Investor Relations | WEBTOON Entertainment Inc.* (n.d.). Retrieved February 24, 2025, from <https://ir.webtoon.com/investor-relations/>
- Istiqomah, A. (2020). *Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Penguatan Identitas Nasional Masyarakat Urban.* 2(1).
- J. Michael Waller. (2009). *Strategic Influence: Public Diplomacy, Counterpropaganda, and Political Warfare.* Lulu.com.
- Jaehyeon Jeong. (2020a). Webtoons Go Viral?: The Globalization Processes of Korean Digital Comics. *Korea Journal*, 60(1), 71–99. <https://doi.org/10.25024/KJ.2020.60.1.71>

- Jaehyeon Jeong. (2020b). Webtoons Go Viral?: The Globalization Processes of Korean Digital Comics. *Korea Journal*, 60(1), 71–99. <https://doi.org/10.25024/KJ.2020.60.1.71>
- 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. (2016). 3The Rise of the New Korean Wave. In D. Y. Jin (Ed.), *New Korean Wave: Transnational Cultural Power in the Age of Social Media* (p. 0). University of Illinois Press. <https://doi.org/10.5406/illinois/9780252039973.003.0001>
- John Storey. (2015). *Cultural Theory and Popular Culture: An Introduction* (7th ed.). Routledge.
- John W. Creswell & J. David Creswell. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). SAGE Publications.
- Kim Sun Mi & Jang Tae San. (2021, January 18). *Korean webtoon business and Komacon's strategy* [Youtube]. <https://www.youtube.com/watch?v=9CkAxYWgqQc>
- KOCCA. (n.d.). Retrieved June 12, 2025, from <https://www.kocca.kr/en/main.do>
- KOMACON. (n.d.-a). *Agensi Konten Kreatif Korea*. Retrieved April 26, 2025, from https://www.komacn.kr/b_sys/index.asp?b_code=11
- KOMACON. (n.d.-b). *Expansion of the Cultural Infrastructure for Manhwa*. Retrieved April 26, 2025, from https://www.komacn.kr/komacn_en/project/overview02.asp
- KOMACON. (n.d.-c). *Hasil Operasional Pusat Pengalaman Pembuatan Webtoon 2023 & Kampus Webtoon Regional*. <https://blog.naver.com/komacn01/223305571480?trackingCode=external>
- KOMACON. (n.d.-d). Retrieved May 7, 2025, from https://www.komacn.kr/komacn_en/about/vision.asp
- KOMACON. (n.d.-e). *양굴렘국제만화축제서 역대 최대 규모 한국만화홍보관 운영*. Retrieved May 2, 2025, from https://www.komacn.kr/b_sys/index.asp?b_mode=view&b_code=18&b_sq=21870&s_cate=&s_fld=&s_txt=&nowPage=65
- KOMACON. (n.d.-f). *한국 웹툰, 중국을 두드려라!* Retrieved May 2, 2025, from https://www.komacn.kr/b_sys/index.asp?b_mode=view&b_code=18&b_sq=19810&s_cate=&s_fld=&s_txt=&nowPage=75
- Kumalaningrum, W. S. (2021). Strategi diplomasi publik Pemerintah Korea Selatan terhadap Indonesia melalui Hallyu. *Indonesia Berdaya*, 2(2), 141–148. <https://doi.org/10.47679/ib.2021128>
- 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>
- Lynn, H.-G. (n.d.). *Korean Webtoons: Explaining Growth*.
- Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, & Johnny Saldaña. (2014). *Qualitative Data Analysis*. SAGE.

- M.C. Cummings. (2003). *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey*. Center for arts and culture.
- MCST. (n.d.). *Welcome to the website of the Ministry of Culture, Sports and Tourism of the Republic of Korea*. Retrieved May 7, 2025, from <https://www.mcst.go.kr/english/policy/businessPlan.jsp>
- MCST. (2019). *Rencana pengembangan industri komik*. Ministry of Culture, Sports and Tourism. https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=20191017105505338637530250_TCS_SCHMNG20191018022119957293.pdf&rs=/attachFiles/viewer/result/202504/
- MCST. (2022). *Rencana Promosi Industri Budaya Penerbitan (Tahun 2022~2026)*. https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=DEPTDATA_20230405101305875071.hwp&rs=/attachFiles/viewer/result/202504/
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2019). *Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata umumkan rencana pengembangan industri komik* [Siaran Pers]. Ministry of Culture, Sports and Tourism (MCST). https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=20191017105505844359227862_TCS_SCHMNG20191017105541249526.hwp&rs=/attachFiles/viewer/result/202504/
- Morrison, E., Ian Thomas, & Kate Arthurs. (2017). *Arts, Cultural Relations and Soft Power: Developing an Evidence Base*. UNIVERSITY OF THE WEST OF SCOTLAND. https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/arts_cultural_relations_final_report_for_british_council.pdf
- Mukerji, C., & Schudson, M. (1986). Popular Culture. *Annual Review of Sociology*, 1, 47–66.
- Nabilah Puspita. (2022). *Peran Platform Webtoon Sebagai Aktor Diplomasi Publik Korea Selatan Dalam Pelaksanaan Corporate Diplomacy Di Indonesia*. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/92912/Peran-Platform-LINE-Webtoon-sebagai-Aktor-Diplomasi-Publik-Korea-Selatan-dalam-Pelaksanaan-Corporate-Diplomacy-di-Indonesia>
- Notice: *WEBTOON*. (n.d.). Retrieved January 29, 2025, from <https://www.webtoons.com/en/notice/detail?noticeNo=3261>
- Pameran Spesial K-Webtoon di New York: Korea.net : Laman resmi pemerintah Republik Korea*. (n.d.). Retrieved April 26, 2025, from <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=222993>
- Park, J. (2024). Understanding Korean Webtoon Culture: Transmedia Storytelling, Digital Platforms, and Genres. *The Journal of Asian Studies*, 83(4), 1076–1077. <https://doi.org/10.1215/00219118-11281129>
- Park, J. H. (2023). The Current Status of the Webtoon Industry and Implications for Global Expansion. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4322932>
- Pratiwi, N. I. (2017). *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial Volume 1, Nomor 2, Agustus 2017 ISSN: 2581-2424. 1.*
- Regina, O. (n.d.). *Pameran Webtoon Korea Akan Digelar 6 Negara Asia Tenggara dan Eropa*. Rri.Co.Id - Portal Berita Terpercaya. Retrieved

- April 26, 2025, from <https://www.rri.co.id/internasional/772402/pameran-webtoon-korea-akan-digelar-6-negara-asia-tenggara-dan-eropa>
- Safaat, A. R., Bachtiar, F. R., & Zainal, N. A. (2022). *Korean Pop Culture Sebagai Instrumen Politik Luar Negeri Korea Selatan*. 5.
- Saldaña, J. (2013). *The coding manual for qualitative researchers* (2. ed). SAGE Publications.
- Susanti, E., Mu'min, M., Mausili, D. R., Sajidin, M., & Hafid, A. (2024). Pengaruh Budaya Populer Di Kalangan Pemuda Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Budaya Komunitas Etnik (Studi Tentang Korean Wave Di Komunitas Suku Mandar, Provinsi Sulawesi Barat). *Jurnal Ketahanan Nasional*, 29(3). <https://doi.org/10.22146/jkn.88415>
- Warsito, T., & Kartikasari, W. (2007). *Diplomasi kebudayaan: Konsep dan relevansi bagi negara berkembang: Studi kasus Indonesia*. Ombak. <https://books.google.co.id/books?id=zzj5JwAACAAJ>
- WEBTOON Entertainment. (n.d.). Retrieved May 19, 2025, from <https://about.webtoon.com/vision>
- WEBTOON Entertainment Inc. Reports Strong Third Quarter 2024 Financial Results | WEBTOON Entertainment Inc. (n.d.). Retrieved February 24, 2025, from <https://ir.webtoon.com/news-releases/news-release-details/webtoon-entertainment-inc-reports-strong-third-quarter-2024/>
- Yanti, R. P. (2015). *THE ROLE OF SOUTH KOREA'S GOVERNMENT IN DEVELOPING AND SUSTAINING HALLYU*. 19.
- Yecies, B., & Shim, A.-G. (2021). *South Korea's webtooniverse and the digital comic revolution*. Rowman & Littlefield.
- 김연태. (2024, November 11). 부천시 웹툰융합센터 개관 1년만에 입주율 100% 달성. 경인일보. <https://www.kyeongin.com/article/1717985>