

SPASIALISASI DALAM INDUSTRI KOMIK DIGITAL: INTEGRASI HORIZONTAL DAN VERTIKAL DALAM *LINE WEBTOON*

Lailatul Fitriyah Hidayati¹, Yunda Presti Ardillas²
Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara

¹lfitriyah994@gmail.com

²mrs.yunda@gmail.com

ABSTRAK

LINE Webtoon sebuah portal penerbitan komik berbasis online yang diluncurkan oleh Naver Corporation di Korea Selatan pada tahun 2004. Ini menjadi salah satu bentuk revolusi di industri baca dan penerapan digital reading telah terjadi pada komik dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, globalisasi dan pertumbuhan media. Sehingga mengarah pada kapitalisme, yaitu spasialisasi atau perluasan institusional untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengkritisi praktik spasialisasi yang dilakukan oleh *LINE Webtoon* atas perluasan industri bisnisnya. Jenis penelitian yang di gunakan penulis adalah penelitian eksploratif yang didasarkan pada tradisi kritis dan paradigma kritis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan teori Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco. Data primer penelitian merupakan hasil observasi, sedangkan data sekunder penelitian dari berita di media-media tentang perkembangan *LINE Webtoon* serta dari penelitian terdahulu. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini menyatakan bahwa praktik spasialisasi oleh *LINE Webtoon* mengarah pada dua spasialisasi yaitu horizontal dan vertikal. Pada spasialisasi horizontal, *LINE Webtoon* mengakuisisi Wattpad yang menjadi wadah bagi penulis novel dan pembaca yang merupakan platform digital reading terbesar di dunia. Dan mendirikan sebuah divisi baru dengan Wattpad yang dinamai Wattpad Webtoon Studio. Sebuah anak perusahaan baru yang fungsikan untuk memproduksi project drama, film dan animasi. Sementara pada spasialisasi vertikal, selain perluasan dan peluncuran secara global. *LINE Webtoon* secara resmi bekerjasama dengan agensi BTS Hybe Entertainment dan DC Comics. Dalam hal ini, *LINE Webtoon* bisa membuat komik dengan tokoh berdasarkan artis dibawah naungan Hybe labels dan karakter yang ada dalam DC Universe.

Kata kunci: Spasialisasi, LINE Webtoon, Komik Digital

ABSTRACT

LINE Webtoon is an online-based comic publishing portal launched by Naver Corporation in South Korea in 2004. This is a form of revolution in the reading industry and the application of digital reading has occurred in comics by taking advantage of technological developments, globalization and media growth. Until it leads to capitalism, namely spatialization or institutional expansion to overcome space barriers and time. This study aims to observe and criticize the spatialization practices carried out by LINE Webtoon for the expansion of its business industry. The type of research used by the author is exploratory research based on the critical tradition and critical paradigm. By using a qualitative approach and case study methods. This study uses the theory of Political Economy of Communication Vincent Mosco. The primary research data is the result of observation, while the secondary research data is from news in the media about the development of LINE Webtoon and from previous research. The results obtained from this study state that the practice of spatialization by LINE Webtoon leads to two spatializations, namely horizontal and vertical. In horizontal spatialization, LINE Webtoon acquired Wattpad, which is a forum for novel writers and readers, which is the largest digital reading platform in the world. And founded a

new division with Wattpad called Wattpad Webtoon Studio. A new subsidiary that functions to produce horizontal and vertical. In horizontal spatialization, LINE Webtoon acquired Wattpad, which is a forum for novel writers and readers, which is the largest digital reading platform in the world. And founded a new division with Wattpad called Wattpad Webtoon Studio. A new subsidiary that functions to produce drama, film and animation projects. While on vertical spatialization, in addition to global expansion and launch. LINE Webtoon has officially partnered with BTS' Hybe Entertainment and DC Comics. In this case, LINE Webtoon can create comics with characters based on artists under Hybe labels and characters in the DC Universe.

Keywords: Spatialization, LINE Webtoon, Digital Comic

Diterima: 13 Juni 2021, Direvisi: 20 Agustus 2021, Diterbitkan: 10 Oktober 2021

PENDAHULUAN

Teknologi dan Internet menjadi sesuatu hal yang tidak dapat dihindari lagi dalam kehidupan manusia, karena kemajuan teknologi akan terus berjalan seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan (Ngafifi, Muhammad, 2015). Setiap inovasi teknologi diciptakan untuk memberi kemudahan bagi aktivitas masyarakat. Masyarakat juga sudah bisa menikmati inovasi teknologi yang dihasilkan dalam beberapa dekade ini, salah satunya adalah kegiatan membaca.

Salah satu wujud inovasi yang terjadi di industri baca dan penerapan digital reading telah terjadi pada komik. “Komik adalah gambar yang saling berdekatan dengan gambar lainnya yang sengaja diurutkan untuk menyampaikan informasi dan menghasilkan respon estetika dari pembacanya” (Cohn, 2005). Perubahan komik untuk mengikuti gaya baru dengan memanfaatkan teknologi komunikasi saat ini di dorong oleh Industri baca. Hal ini mulai melahirkan istilah baru yang dikenal dengan digital comic atau komik digital.

LINE Webtoon sebuah portal penerbitan komik berbasis online yang diluncurkan oleh Naver Corporation di Korea Selatan pada tahun 2004. Dalam versi Koreanya layanan ini dikenal sebagai Naver Webtoon, Dongman Manhwa dan Webtoon dalam versi Tionghoa, Line Manga (yang sebelumnya bernama XOY) dalam versi Jepang, serta LINE Webtoon dalam versi Indonesia, Inggris, Jerman, Prancis, Spanyol, dan Thailand (Wikipedia).

Komik online yang merupakan salah satu bentuk dari media baru yang berasal dari Korea hadir sebagai salah inovasi teknologi baru dalam industry komik. Kim Jun-Koo pemilik Naver Corp yang pada saat itu menyaksikan padamnya industri manhwa pada akhir 1990-an, dan awal 2000-an, melihat *LINE Webtoon* sebagai solusi atas penurunan penjualan komik cetak di Korea Selatan. *LINE Webtoon* bisa dibilang sebagai bentuk media yang baru untuk menghubungkan kreator komik dan pembaca komik (Zera ; Teguh, 2018). Pada 2 Juli 2014 situs web dan aplikasi ponsel *LINE Webtoon* mulai dirilis di seluruh dunia secara bertahap. Kemudian memasuki tahun 2019, *LINE Webtoon* mengubah namanya menjadi Webtoon dalam versi Indonesia, Inggris, dan

Thailand serta versi Spanyol dan Prancis. Layanan komik online ini tentunya menjadi salah satu bisnis yang sangat menguntungkan di era teknologi saat ini dan tidak lepas dari bagian politik ekonomi komunikasi.

Menurut data dari Detik.com, *LINE Webtoon* menjadi aplikasi komik digital yang memiliki 6 juta pengguna aktif di Indonesia dan 35 juta pengguna aktif di seluruh dunia” (Agnes, 2016). Dikutip dari sumber surat kabar Khaleej Times, Dubai, *LINE Webtoon* memiliki banyak penggemar di seluruh dunia, 75% pembacanya berada di kisaran usia 20 tahun atau di atasnya (AFP, 2015).

Kemunculan komik digital *LINE Webtoon* di Indonesia maupun dunia menawarkan dinamika media baru yang sangat menarik untuk diteliti dalam kajian politik ekonomi Vincent Mosco (Zera; Teguh, 2018). Dalam teorinya Vincent Mosco dalam teorinya menyinggung tentang globalisasi politik ekonomi media yang menjelaskan adanya transisi media lama dan kemunculan media baru.

Dikutip dari buku (Mosco, 2009, h. 175), “Globalisasi, perkembangan teknologi, dan pertumbuhan media mengarah pada kapitalisme, yaitu spesialisasi atau perluasan institusional untuk mengatasi hambatan ruang dan waktu”. Spesialisasi adalah bagaimana suatu media mampu menghadirkan suatu produk ke hadapan para pembaca dan penggunanya untuk mengatasi batasan ruang dan waktu, sehingga informasi dapat disampaikan secara cepat dan merata (Christiani, C., Lintang. (2015). *LINE Webtoon* yang merupakan gabungan inovasi teknologi komunikasi dari Negara Korea dan Jepang, mampu menghadirkan komik yang dikemas sedemikian rupa dari bentuk medianya, informasi (dalam hal ini alur cerita dan gambar pada komik), minat pembaca, serta para konten kreator komik menjadi satu paket yang dapat menjadi suatu produk untuk dijual di pasar Indonesia dan bahkan manca negara (Zera; Teguh, 2018).

Pertumbuhan industri komik digital yang dilakukan Naver Corp dan LINE Webtoon tidak sekadar peluncuran global di beberapa negara. Tetapi juga melakukan beberapa merger dengan media serupa untuk memperluas industri komik digital mereka. LINE Webtoon juga mengajak kerja sama seniman, penulis dan kartunis dari berbagai negara untuk mempromosikan layanan mereka dengan mempublikasikan hasil karya komik melalui LINE Webtoon. Banyaknya kerja sama yang dibangun oleh *LINE Webtoon* dengan berbagai platform ternama, tentunya sangat menguntungkan bagi perusahaan komik digital raksasa tersebut. Penikmat *LINE Webtoon* saat ini tidak hanya disuguhkan karya komik digital saja, tetapi dengan adanya trend adaptasi *LINE Webtoon* menjadi serial TV dan film, pembaca bisa menikmati keduanya. Hal ini menjadi sebuah peluang besar bagi *LINE Webtoon* untuk membuka kerja sama dengan agensi film dan media streaming untuk mencapai pasar industri yang lebih luas (Zera; Teguh, 2018).

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, penulis melakukan penelitian mengenai politik ekonomi media digital comic *LINE Webtoon* dan mengungkapkan praktik spasialisasi yang dilakukan oleh Naver Webtoon atau *LINE Webtoon* dalam melanggengkan kekuasaannya pada industri komik digital.

Kajian Teori

1. Konsep Teori Spasialisasi

Secara konseptual, Mosco mengartikan spasialisasi sebagai suatu proses untuk mengatasi ruang dan waktu, menggambarkan sejauh mana media mampu menyajikan produknya ke hadapan pembaca, pemirsa, ataupun pada konsumennya dengan batasan ruang dan waktu. Dalam bukunya Mosco mengatakan bahwa “Perluasan jangkauan korporasi dapat berlangsung dalam dua cara, yaitu spasialisasi horisontal dan spasialisasi vertikal” (Mosco, 2009, h. 158).

Spasialisasi horisontal terjadi ketika suatu perusahaan media membeli saham atau mengakuisisi mayoritas media lain, atau bisa juga media tersebut menanamkan modalnya pada perusahaan di luar industri media yang dimiliki sebelumnya. Sementara spasialisasi vertikal adalah bentuk perluasan jaringan pada level unit produksi yang berbeda.

2. Komik Digital

Perkembangan teknologi dalam dunia digital berimbas pada perkembangan komik yang pada mulanya berbentuk cetak, kini menjadi komik digital; Perkembangan digitalisasi komik ini dapat disikapi kedalam tiga kondisi, yaitu : master, potential master atau slave (McCloud, *Reinventing Comics*: 2005). Bagi mereka yang masuk kedalam kategori master atau potential master dapat melihat beragam peluang positif yang memungkinkan dari adanya perkembangan komik digital, adalah kecepatan bekerja; Namun bagi mereka yang masuk kedalam kategori slave, akan memandang secara negatif dan menjadikan komik digital sebagai ancaman yang dapat membuat mereka kalah, dan bahkan punah (Yulandari, Zelita, Dewi K Soedarsono, 2019)

3. *LINE Webtoon*

LINE Webtoon yang merupakan platform yang dirilis oleh perusahaan Korea Selatan yang menyediakan berbagai macam genre komik didalamnya dan dapat dinikmati secara gratis oleh pembaca berawal dari bentuk website yang selanjutnya dikembangkan menjadi sebuah platform aplikasi yang dapat di unduh melalui smartphone (Yulandari, Zelita ; Dewi K Soedarsono, 2019)

Metode

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang di gunakan penulis adalah penelitian eksploratif yang didasarkan pada tradisi kritis dan paradigma kritis. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Bodgan dan Taylor, dalam Basrowi (2008) mendefinisikan “Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”.

b. Fokus Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan tidak terlalu luas, maka peneliti memfokuskan penelitian ini hanya pada platform *LINE Webtoon* untuk menganalisa lebih dalam adanya spasialisasi horizontal dan vertikal yang dilakukan oleh *LINE Webtoon*.

c. Pengumpulan Data

Data-data dari penelitian ini didapatkan melalui studi pustaka dan pengumpulan data dari berita di media-media tentang perkembangan *LINE Webtoon* serta dari penelitian terdahulu.

d. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Teknik analisis interaktif dari Model Miles dan Huberman. Pandangan ini menyatakan ada tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang merupakan proses siklus dan interaktif.

Hasil Penelitian

Pada tahun 2004, Naver Corp meluncurkan *LINE Webtoon* sebagai bentuk respon dan solusi atas kemunduran industri komik di Korea Selatan. Saat itu, banyak perusahaan komik konvensional yang harus gulung tikar karena perekonomian memburuk yang menyebabkan kendala operasional industry komik di akhir tahun 90an dan 2000an awal. Dengan melihat kondisi tersebut, Kim Jun Koo, selaku penemu *LINE Webtoon* sekaligus pemilik dari Naver Corp, mencari solusi untuk menyajikan komik kepada tangan pembaca secara gratis namun tetap inovatif. Dengan menargetkan pembaca pada kalangan remaja, karena konten komik yang akan diproduksi merupakan komik yang ringan, kasual, namun tetap menarik untuk dibaca.

Dari analisisnya tersebut, Kim Jun Koo mulai menciptakan sebuah platform gratis untuk membaca komik. Hubungan remaja dengan internet sangat erat, sehingga menghadirkan wadah untuk membaca komik dalam smartphone, laptop, atau tablet merupakan satu langkah yang cerdas.

Ide komik dengan model scroll pun diciptakan setelah Kim mengamati kebiasaan pengguna manusia.

Menurut data dari Detik.com, *LINE Webtoon* menjadi aplikasi komik digital yang memiliki 6 juta pengguna aktif di Indonesia dan 35 juta pengguna aktif di seluruh dunia” (Agnes, 2016). Dikutip dari sumber surat kabar Khaleej Times, Dubai, *LINE Webtoon* memiliki banyak penggemar di seluruh dunia, 75% pembacanya berada di kisaran usia 20 tahun atau di atasnya (AFP, 2015).

Dilansir dari website Webtoons.com, pada awal peluncurannya, nama *LINE Webtoon* adalah NAVER Webtoon yang disesuaikan dengan nama perusahaan awal publikasi aplikasi ini, yaitu Naver Corporation. Kemudian setelah peluncuran globalnya yang dimulai pada tahun 2014, NAVER Webtoon mulai memiliki nama berbeda pada peluncuran di setiap negara. Naver Webtoon untuk versi korea diluncurkan pada tahun 2004, kemudian nama *LINE Webtoon* untuk global servis di Inggris, Indonesia, Thailand, Taiwan yang diluncurkan pada tahun 2014, lalu LINE Manga untuk versi Jepang yang diluncurkan pada tahun 2019 (Wikipedia). Akan tetapi setelah peluncuran Line Manga, pada tahun 2019 *LINE Webtoon* mengubah nama menjadi WEBTOON dalam versi global, Indonesia, Inggris, dan Thai serta versi Spanyol dan Prancis.

LINE Webtoon menjadi sebuah wadah untuk menumpahkan ide dari para kreator dan komikus sehingga karya mereka bisa langsung di nikmati oleh pembaca dengan mudah. Dalam perjalanan pengembangan bisnisnya dari tahun 2014. Korporasi bisnis *LINE Webtoon* tidak hanya memfokuskan dirinya pada peluncuran konten komiknya saja, tetapi juga pada perluasan pasar dengan menggaet beberapa platform serupa, agensi musik, hingga agensi film.

LINE Webtoon mulai melakukan praktik spesialisasi dengan mengakuisisi aplikasi Wattpad dengan nilai USD 600 juta atau sekitar Rp 8,4 triliun, menurut laporan dari Liputan6.com. Wattpad adalah platform online yang digunakan oleh siapa saja untuk membaca dan menulis cerita. Dengan lebih dari 90 juta pengguna bulanan yang menghabiskan total 23 miliar menit setiap bulan (Sumber Wikipedia), Wattpad merupakan platform bercerita sosial terbesar di dunia. Transaksi tersebut diharapkan rampung dalam paruh pertama tahun ini. Akuisisi ini membuka pintu bagi para penulis novel di Wattpad untuk dijadikan *LINE Webtoon*.

Diharapkan ke depannya *LINE Webtoon* dan Wattpad dapat melakukan kolaborasi yang epic melalui konten visual dan tekstual. Hasil dari merger pembaca dari kedua platform ini yang mencapai sekitar 160 juta pengguna aktif per bulannya dan diharapkan dapat menghadirkan sesuatu yang baru. Sekitar bulan Juni 2021, Wattpad dan *LINE Webtoon* telah mengumumkan bahwa kedua perusahaan tersebut akan menggabungkan divisi studio mereka menjadi Wattpad Webtoon Studios. Seperti yang sudah di ketahui Wattpad telah menampilkan kesuksesan hiburan

yang luar biasa dengan buku-buku terbitan melalui adaptasi film seperti serial *Hulu Light as a Feather*, franchise *After* dan serial hit Indonesia *Turn On*.

Wattpad Webtoon Studio menyebutkan jika kolaborasi keduanya akan menghasilkan karya video dengan IP berkualitas tinggi yang direncanakan akan menghasilkan 167 project drama, film, dan animasi. Tidak hanya Wattpad, Pada 18 Agustus 2021, Naver Webtoon / *LINE Webtoon* mengumumkan kolaborasi dengan agensi boygroup korea terbesar BTS yaitu HYBE Entertainment, dan DC Comics perusahaan komik asal Amerika yang namanya sudah terkenal dengan berbagai karakter. Yang nantinya akan berkolaborasi mengerjakan karya-karya terbaru melalui *LINE Webtoon* dengan menggunakan berbagai karakter dari kedua agensi tersebut.

Sepanjang perkembangannya, *LINE Webtoon* telah berhasil meluncurkan beberapa judul dari terbitannya yang diangkat ke layar besar maupun dalam bentuk serial , seperti *Sweet Home*, *True Beauty*, *Itaewon Class* dan salah satu *LINE Webtoon* Indonesia yang berjudul *Terlalu Tampan*. Tidak hanya diburu oleh produsen film dan televisi di Korea, adaptasi *LINE Webtoon* juga sudah merambah pasar China dan Netflix, yang merupakan media streaming secara digital. Untuk merambah pasar Amerika agar dapat membuat *LINE Webtoon* diadaptasi menjadi film atau drama disana, *LINE Webtoon* telah bekerjasama dengan CAA (Creative Artist Agency), yang merupakan agensi besar di Hollywood (Spangler, 2016).

Pembahasan

Secara konseptual, Mosco mengartikan spesialisasi sebagai suatu proses untuk mengatasi ruang dan waktu, menggambarkan sejauh mana media mampu menyajikan produknya ke hadapan pembaca, pemirsa, ataupun pada konsumennya dengan batasan ruang dan waktu. Ruang yang dimaksud disini bukan lagi mengenai ruang atau jarak secara fisik atau geografis, akan tetapi lebih kepada peralihan ruang dalam bentuk jaringan internet yang dapat mencapai ruang lokal dan global tanpa dipengaruhi oleh perbedaan lokasi geografis yang nyata. Meskipun perbedaan waktu antara wilayah satu dengan wilayah yang lainnya tidak dapat dihindari, namun pendistribusian tetap dapat dilakukan secara serentak dan bersamaan. Dalam bukunya Mosco mengatakan bahwa “Perluasan jangkauan korporasi dapat berlangsung dalam dua cara, yaitu spesialisasi horisontal dan spesialisasi vertical” (Mosco, 2009, h. 158).

Spesialisasi horisontal terjadi ketika suatu perusahaan media membeli saham atau mengakuisisi mayoritas media lain, atau bisa juga media tersebut menanamkan modalnya pada perusahaan di luar industri media yang dimiliki sebelumnya. Sementara spesialisasi vertikal adalah bentuk perluasan jaringan pada level unit produksi yang berbeda. Dengan kata lain proses spesialisasi horizontal yaitu bentuk badan usaha media tersebut adalah bentuk-bentuk konglomerasi. Seperti perusahaan-perusahaan media yang memiliki sekaligus bisnis lain yang

tidak ada hubungannya dengan bisnis media, seperti hotel, rumah makan dan lainnya. Sedangkan proses spasialisasi yang sifatnya vertikal adalah proses integrasi yang terjadi antara induk perusahaan dan anak perusahaannya yang dilakukan dalam satu garis bisnis untuk memperoleh sinergi, terutama untuk memperoleh kontrol dalam produksi media.

Berdasarkan hasil yang sudah di paparkan mengenai perkembangan bisnis *LINE Webtoon*, peneliti akan menggolongkan spasialisasi yang dilakukan oleh *LINE Webtoon* kedalam dua jenis, yaitu horizontal dan vertikal:

Spasialisasi Horizontal *LINE Webtoon*

Spasialisasi horisontal terjadi ketika suatu perusahaan media membeli saham atau mengakuisisi mayoritas media lain, atau bisa juga media tersebut menanamkan modalnya pada perusahaan di luar industri media yang dimiliki sebelumnya. Menurut peneliti, spasialisasi horizontal yang dilakukan oleh *LINE Webtoon* adalah dengan memperluas bisnisnya selain di bidang komik digital. *LINE Webtoon* mengakuisisi Wattpad yang menjadi wadah bagi penulis novel dan pembaca yang merupakan platform digital reading terbesar di dunia. *LINE Webtoon* melihat peminat baca pada Wattpad yang terus meningkat di setiap tahunnya, dan tentu akan semakin menambah keuntungan yang lebih besar bagi *LINE Webtoon* dengan cara mengakuisisi platform tersebut dan melakukan kolaborasi melalui konten tekstual dan visual. Pengguna dan penikmat wattpad selain bisa membaca di novel di platform Wattpad, mereka juga bisa menikmati visualisasi dari tokoh-tokoh pada cerita tersebut yang di konversikan dalam bentuk gambar melalui platform *LINE Webtoon*. Hasil setelah penggabungan antara dua platform tersebut terbukti dengan peningkatan pengguna aktif sekitar 160 juta pada setiap bulannya.

Selain kolaborasi melalui konten tekstual dan visual, *LINE Webtoon* dalam praktik spasialisasi horizontalnya mulai mendirikan sebuah divisi baru dengan Wattpad yang dinamai Wattpad Webtoon Studio. Sebuah anak perusahaan baru yang fungsikan untuk memproduksi project drama, film dan animasi. Kolaborasi produksi di industri film ini dimunculkan berkat kesuksesan keduanya dalam mengadaptasi novel atau komik terbitannya melalui serial dan film. Adaptasi Wattpad sukses dengan serial Hulu *Light as a Feather*, serial *After*, dan serial *Hit* di Indonesia *Turn On*. Sementara *LINE Webtoon* dengan *Sweet Home*, *True Beauty*, *Itaewon Class* dan film hit Indonesia *Terlalu Tampan*.

Dengan kemunculan divisi baru ini, *LINE Webtoon* telah merencanakan berbagai film dan serial untuk menarik lebih banyak peminat di seluruh dunia melalui karyanya. Dengan adanya trend adaptasi film melalui konten komik ini, tidak hanya di Korea tetapi *LINE Webtoon* semakin merambah pasar China dan Netflix, yang merupakan media streaming secara digital. Selain pasar China, *LINE Webtoon* juga bermaksud untuk merambah pasar Amerika agar komik pada *LINE*

Webtoon dapat diadaptasikan menjadi film atau drama disana, *LINE Webtoon* membangun kerjasama dan berkolaborasi dengan Creative Artists Agency (CAA), yang merupakan agensi besar di Hollywood.

Perluasan bisnis *LINE Webtoon* secara global dengan memanfaatkan teknologi digital dan kemunculan divisi baru tentu semakin mengikis ruang dan waktu diantara masyarakat. *LINE Webtoon* tidak hanya menghadirkan konten dalam satu bentuk digital comic, akan tetapi meluaskan penyebaran kontennya melalui audio dan video visual. Sebenarnya globalisasi dan digitalisasi ini, merupakan perpanjangan saja dari spasialisasi horizontal yang dilakukan oleh *LINE Webtoon*. Yang mana spasialisasi ini hanya digunakan sebagai sumber perolehan profit baru selain media konvensional. Jika masyarakat beranggapan bahwa spasialisasi digunakan untuk mendekatkan media ke masyarakat atau konsumen, sebenarnya tidak demikian. Spasialisasi hanya sebagai kedok saja untuk meraup keuntungan yang semakin besar, dengan memanfaatkan medium yang lebih mudah digunakan untuk menambah pundi-pundi keuntungan.

Spasialisasi Vertikal *LINE Webtoon*

Proses spasialisasi yang bersifat vertikal adalah proses integrasi antara induk perusahaan dan anak perusahaannya yang dilakukan dalam satu garis bisnis untuk memperoleh sinergi, terutama untuk memperoleh kontrol dalam produksi media. Menurut peneliti, spasialisasi vertikal yang dilakukan oleh *LINE Webtoon* adalah dengan penyebaran dilakukan antar negara. Dimana penyebaran tersebut meliputi peluncuran aplikasi *LINE Webtoon* di negara China, Korea, Jepang, Inggris, Indonesia, Jerman, Prancis, Spanyol, dan Thailand. Menjadikan *LINE Webtoon* sebagai platform terbesar untuk masyarakat mengakses komik digital. Meski saat ini banyak platform komik online seperti Manga Rock, Kakao Page, Tory Comics. Namun *LINE Webtoon* masih menjadi satu-satunya platform digital komik yang banyak digunakan oleh masyarakat.

Selain memperluas penyebarannya di berbagai negara, *LINE Webtoon* memperluas jangkauannya dalam memproduksi konten komik yang diterbitkan. Dengan mengajak Kerjasama komikus dan creator ternama seperti veteran komik Amerika Serikat, Stan Lee, pendiri Image Comics, Marc Silvestri, dan seniman kosmetik, Michelle Phan, untuk menerbitkan karya mereka melalui platform *LINE Webtoon*. Komikus buku Amerika Serikat lainnya, seperti Dean Haspiel (New Brooklyn), Katie Cook (Nothing Special), Seth Kushner dan Shamus Beyale (The Brooklynite), serta Tracy J. Butler (Lackadaisy) juga sempat bekerja sama dengan *Webtoon*. Sehingga banyak karya-karya orisinal dari berbagai komikus dunia yang bisa dinikmati melalui platform ini.

LINE Webtoon membebaskan para kreator untuk membuat karya mereka dengan berbagai genre hingga rating. Dengan masuknya kreator dan komikus dari berbagai dunia, tidak sedikit

karya komik mengusung rating dewasa. Sementara batas umur pengguna *LINE Webtoon* adalah usia 14 tahun. Pada konten yang bermuatan unsur dewasa, hanya ada peringatan Webtoon mengandung unsur dewasa saja. Di aplikasi *LINE Webtoon* pada saat mengakses konten dewasa hanya keluar peringatan batas usia, yang jika di klik “Oke” kita bisa langsung mengakses konten tersebut tanpa ada pembatas yang ketat. Artinya secara tidak langsung *LINE Webtoon* membebaskan konten dewasa untuk diakses siapapun termasuk anak-anak dibawah umur 17 tahun. Khususnya jika masuk pada pasar Indonesia, yang notabeneanya masih sangat mementingkan budaya dan moral bangsanya.

Bentuk spasialisasi konten yang dilakukan *LINE Webtoon* lainnya adalah, *LINE Webtoon* mengumumkan kolaborasi dengan agensi BTS yaitu Hybe Entertainment dan DC Comics. Dalam hal ini, *LINE Webtoon* bisa membuat komik dengan tokoh berdasarkan artis dibawah naungan Hybe labels dan karakter yang ada dalam DC Universe. Di Industri musik khususnya K-Pop, BTS yang dibawah naungan Hybe Labels adalah salah satu boygroup yang Namanya sudah terkenal di penjuru dunia. Popularitas grup mereka yang semakin melambung tinggi membuat apapun yang berkaitan dengan BTS sangat laku di pasaran. *LINE Webtoon* menilai dengan meluncurkan konten komik berdasarkan tokoh dari para member BTS akan menarik lebih banyak peminat pembaca di platform tersebut. Kolaborasi antara *LINE Webtoon* dengan Hybe labels dimulai dengan peluncuran webtoon berjudul “*Save Me*”, yang merupakan sebuah Webtoon dengan memuat pandangan dunia BTS.

Hasil kolaborasi ini menjadi keuntungan bagi *LINE Webtoon* karena komik tersebut sangat sukses di pasar dunia terutama di Korea, Indonesia dan China. Komik tersebut sempat menjadi tranding twitter di Indonesia. Dan kedepannya *LINE Webtoon* akan terus menggandeng Hybe Labels dengan meluncurkan lebih banyak konten komik berdasarkan aktris dari labels tersebut, untuk menarik para pembaca dan keuntungan yang sebesar-besarnya. Kerjasama ini menjadi seperti simbiosis mutualisme baik bagi *LINE Webtoon* maupun Hybe Labels.

Praktik spasialisasi inilah yang memunculkan adanya monopoli media. Dimana seharusnya sebuah media mengedepankan prinsip diversity of ownership dan plurality of content sehingga individu dan komunitas memiliki akses yang sama kepada media, tidak di dominasi oleh kepentingan kelompok tertentu.

Simpulan

Dari hasil dan pembahasan, peneliti mengambil kesimpulan tentang praktik spasialisasi yang dilakukan oleh *LINE Webtoon*:

Spasialisasi Horizontal *LINE Webtoon*: *LINE Webtoon* mengakuisisi Wattpad yang menjadi wadah bagi penulis novel dan pembaca yang merupakan platform digital reading terbesar di dunia. Hasil setelah penggabungan antara dua platform tersebut terbukti dengan peningkatan pengguna aktif sekitar 160 juta pada setiap bulannya. Selain kolaborasi melalui konten tekstual dan visual, *LINE Webtoon* dalam praktik spasialisasi horizontalnya mulai mendirikan sebuah divisi baru dengan Wattpad yang dinamai Wattpad Webtoon Studio. Sebuah anak perusahaan baru yang fungsikan untuk memproduksi project drama, film dan animasi. Kolaborasi produksi di industri film ini dimunculkan berkat kesuksesan keduanya dalam mengadaptasi novel atau komik terbitannya melalui serial dan film. Wattpad dengan serial *After*, serial *Hulu Light as a Feather*, dan serial hit Indonesian Vidio Originals *Turn On*.

Spasialisasi Vertikal *LINE Webtoon*: Menurut peneliti, spasialisasi vertikal yang dilakukan oleh *LINE Webtoon* adalah dengan penyebaran dilakukan antar negara. Dimana penyebaran tersebut meliputi peluncuran aplikasi *LINE Webtoon* di negara: China, Korea, Jepang, Inggris, Indonesia, Jerman, Prancis, Spanyol, dan Thailand.

Selain memperluas penyebarannya di berbagai negara, *LINE Webtoon* memperluas jangkauannya dalam memproduksi konten komik yang di terbitkan. Dengan mengajak Kerjasama komikus dan para kreator ternama di penjuru dunia. Sehingga banyak karya-karya orisinal dari berbagai komikus dunia yang bisa dinikmati melalui platform ini. Tetapi dengan masuknya kreator dan komikus dari berbagai dunia, ada dampak yang ditimbulkannya yaitu konten bermuatan negatif. Sementara batas umur pengguna *LINE Webtoon* adalah usia 14 tahun. Artinya secara tidak langsung *LINE Webtoon* membebaskan konten dewasa untuk diakses siapapun termasuk anak-anak dibawah umur 17 tahun. Khususnya jika masuk pada pasar Indonesia, yang notabeneanya masih sangat mementingkan budaya dan moral bangsanya.

Bentuk spasialisasi konten yang dilakukan *LINE Webtoon* lainnya adalah, *LINE Webtoon* mengumumkan kolaborasi dengan agensi BTS yaitu Hybe Entertainment dan DC Comics. Dalam hal ini, *LINE Webtoon* bisa membuat komik dengan tokoh berdasarkan artis dibawah naungan Hybe labels dan karakter yang ada dalam DC Universe. Praktik spasialisasi inilah yang memunculkan adanya monopoli media. Dimana seharusnya sebuah media mengedepankan prinsip *diversity of ownership* dan *plurality of content* sehingga individu dan komunitas memiliki akses yang sama kepada media, tidak di dominasi oleh kepentingan kelompok tertentu.

Daftar Pustaka:

Jurnal Artikel

Edenzwo, Zera, Teguh Priyo Sadono. (2018). Komodifikasi, Spasialisasi, Dan Strukturisasi Dalam Media Baru Di Indonesia (Ekonomi Politik Komunikasi Vincet Mosco Pada Line *LINE Webtoon*). *Jurnal Komunikasi*, 2622-7436, 826-828.

- Christiani, C., Lintang. (2015). Spasialisasi Grup Media Jawa Pos. *Jurnal ilmu komunikasi*, 12 (2), 199-212.
- Annisa; Irwansyah (2020). LINE Webtoon Sebagai Industri Komik Digital. *Jurnal Kominikasi*, 6(2), 136-143.
- Alyatalathaf, M. D., Muhammad (2018). Spasialisasi dan Praktik Monopoli Emtek Group. *Jurnal ASPIKOM*, 3(5), 903-916.
- Ngafifi, Muhammad (2015). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia Dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 34-36.
- Hanifah, Rifka, Vinda Fauziah Hamdani, dan Ajeng Setia Utari (2021). Komodifikasi, Spasialisasi, dan Strukturasi dalam Instagram (Studi Deskriptif Ekonomi Politik Komunikasi Vincent Mosco pada Instagram Anies Baswedan Terkait Covid-19). *Jurnal Komunikatio*, 7(1), 5-7.
- Imran, A., Hasyim (2015). Fenomena Perkembangan TIK, Strukturisasi, Spasialisasi, dan Media Cetak. *Jurnal Penelitian POS dan Informatika*, 5(2). Doi: 10.17933/jppi.2015.0502002.
- Khairul, Ahmad (2020). Spasialisasi Sony Music Entertainment Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 123-128.
- Bastari, Himawan (2018). "Dikomikin Saja" Digitalisasi Komik Pembelajaran Sejarah Perjuangan Bangsa Berbasis Android. *Jurnal Ilmiah dan Ekonomi*, 2(2), 98-110.
- Yulandari, Zelita, Dewi K Soedarsono (2019). Pengaruh LINE Webtoon Terhadap Minat Membaca Komik Digital, 6(2), 5149-5156.

Buku

- Ardianto, Elvinaro. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Mosco, Vincent. (2009). *The Political Economy of Communication: Second Edition*. London: Sage
- Cohn, N. (2005). Un-Defining "Comics": Separating the cultural from the structural in "comics." *International Journal of Comic Art*, 7(October), 11.
- Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami penelitian kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta

Web Artikel

- Agnes, T. (2016). Pembaca LINE Webtoon Indonesia Terbesar di Dunia. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://hot.detik.com/art/d-3274551/pembaca-line-webtoon-indonesia-terbesar-di-dunia>
- Agnes, T. (2017a). Dua Tahun Berdiri, LINE Webtoon Indonesia Diramaikan 65 Komikus Lokal. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://hot.detik.com/art/d-3502867/dua-tahun-berdiri-line-webtoon-indonesia-diramaikan-65-komikus-lokal>
- AFP. (2015). Korea's new addiction - "Webtoons." Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://www.khaleejtimes.com/lifestyle/art-culture/koreas-new-addiction-webtoons>
- Spangler, T. (2016). Korea's LINE Webtoon Digital-Comics Publisher Signs With CAA for TV and Film Projects. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://variety.com/2016/digital/asia/line-webtoon-comics-caa-tv-film-1201847907/>
- Webtoon.com. (2019). About LINE Webtoon. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://www.webtoons.com/en/about>
- Bhaskara, I. L. A. (2019). Webtoon: Hallyu Baru setelah Kpop dan Drama Korea. 20 Oktober 2021, dari <https://tirto.id/webtoon-hallyu-baru-setelah-kpop-dan-drama-korea-dfjc>
- Arief, R. H. (2021). Perusahaan Induk Webtoon Akuisisi Wattpad. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://www.liputan6.com/tekno/read/4462433/perusahaan-induk-webtoon-akuisisi-wattpad>
- CNN Indonesia. (2021). Webtoon Gandeng DC Comics dan HYBE Bikin Konten Baru. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20210818193604-241-682118/webtoon-gandeng-dc-comics-dan-hybe-bikin-konten-baru>

- Wikipedia. (2021). Webtoon (Penerbit). Diambil 20 Oktober 2021, dari [https://id.wikipedia.org/wiki/Webtoon_\(penerbit\)](https://id.wikipedia.org/wiki/Webtoon_(penerbit))
- Indra, Cahya. (2021). Perusahaan Naver Akuisisi Aplikasi Baca Novel Wattpad. Diambil 20 Oktober 2021, dari <https://www.merdeka.com/teknologi/perusahaan-naver-akuisisi-aplikasi-baca-novel-wattpad.html>.