

Dampak Kepopuleran Anime One Piece, Naruto, dan Bleach terhadap Minat Menonton Masyarakat Indonesia melalui Platform Layanan Streaming Video

“The Impact of The Popularity of Anime One Piece, Naruto, and Bleach on The Interest of Watching Indonesian People Through The Video Streaming Platform”

Lestari Dara Cinta Utami Ginting, Lila Pelita Hati, Nurhabsyah

Prodi S1 Ilmu Sejarah, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara, Indonesia

lestaridaracinta@usu.ac.id

Abstrak

Tulisan ini mendiskusikan tentang pengaruh kepopuleran anime One Piece, Naruto, dan Bleach yang disebut sebagai *The Big Three* yang merupakan anime dan manga yang sangat populer serta memiliki jumlah episode yang panjang pada era tahun 2000-an di dunia terkhusus di Indonesia. Kepopuleran anime *The Big Three* tersebut pun memunculkan berbagai macam produk seperti *action figure*, pernak-pernik bergambar, kaos, sepatu, bahkan film yang diputar di bioskop. Sehingga platform layanan *streaming* video yang ada di Indonesia pun menayangkan anime tersebut. Tulisan ini ingin melihat kepopuleran dan penerimaan anime *The Big Three* pada masyarakat sehingga metode yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan membagikan angket kepada responden sebagai sumber data yang kemudian dianalisis melalui analisis deskriptif kualitatif. Menariknya beberapa platform layanan *streaming* video yang ada di Indonesia merupakan layanan berbayar sehingga apabila masyarakat ingin menonton ketiga anime tersebut maka tak jarang mereka harus berlangganan platform tersebut. Penelitian ini ingin menjelaskan bahwa kepopuleran anime *The Big Three* tersebut mempengaruhi minat menonton masyarakat sehingga selain memanfaatkan situs menonton tidak resmi, mereka juga memilih untuk berlangganan premium platform layanan *streaming* tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalan cerita, gambar yang menarik serta penggemar sudah mengikuti anime *The Big Three* tersebut dari kecil, dan tak jarang juga ketiga anime tersebut menjadi *trending* topik di media sosial yang membuat masyarakat antusias untuk menonton ketiga anime tersebut bahkan jika harus berlangganan melalui platform layanan *streaming* video tersebut.

Kata kunci: Anime *The Big Three*; Platform Layanan Streaming Video; Kepopuleran;

Abstract

This paper discusses the influence of the popularity of the anime One Piece, Naruto, and Bleach called The Big Three, the anime and manga that are very popular and have many episodes worldwide, especially in Indonesia. They first started in the 2000s. The popularity of The Big Three has also given rise to various kinds of products such as action figures, pictorial knick-knacks, t-shirts, shoes, and even movie adaptations. The video streaming platforms in Indonesia also broadcast anime due to its popularity. Interestingly, several video streaming platforms in Indonesia are paid services, so if people want to watch the three anime, they must subscribe to these platforms. This research explains that the popularity of The Big Three influences people's viewing rate so that apart from using unofficial streaming sites, they also choose to subscribe to the premium video streaming platform. This paper wants to clarify the popularity and acceptance of The Big Three anime in society. Therefore, the method used is qualitative research by distributing questionnaires to respondents as a source of data which then the writers analyzed through qualitative descriptive analysis. The research results show that the storyline, attractive animations, and fans have followed The Big Three anime from a young age. They even often become trending topics on social media which makes people enthusiastic about watching them even if they have to pay to subscribe to the video streaming platforms.

Keywords: *The Big Three Anime; Video Streaming Platform; Popularity;*

1. Pendahuluan

Sejak tahun 1963, anime Jepang telah menjadi daya tarik sendiri bagi negara tersebut (Yamane, 2020, h.68). melalui anime pula, Jepang turut menyebarkan kebudayaannya ke seluruh dunia salah satunya adalah ke Indonesia melalui budaya populer Jepang atau yang disebut juga dengan *Japanese Popular Culture* (Gunawan, 2022, h.1). Dapat dikatakan bahwa anime Jepang merupakan salah satu film animasi yang sangat digemari masyarakat dunia khususnya masyarakat Indonesia tanpa memandang jenis kelamin ataupun usia. Selain anime, Jepang juga memperkenalkan kebudayaannya melalui musik, drama televisi, makanan, wisata, komik ataupun majalah, serta gaya berpakaian.

Perkembangan globalisasi yang kian pesat sekarang ini bahkan terkadang telah menghilangkan sekat-sekat antara satu negara dengan negara lainnya. Didukung dengan perkembangan teknologi dan internet membuat transfer budaya dari negara yang satu terhadap negara lainnya begitu mudah. Sebagai contoh adalah beredarnya anime-anime Jepang di Indonesia. Sejak tahun 1970, ketika pertama kali stasiun televisi nasional, TVRI menayangkan anime *Wanpaku Omukashi Kum Kum*, anime Jepang pun menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia sejak saat itu (Sinarizqi, <https://www.kompas.com>, 2022). Beberapa anime-anime Jepang yang terkenal dan kemudian pernah ditayangkan pada televisi swasta ataupun nasional di Indonesia antara lain: *Astro Boy*, *Doeraemon*, *Dragon Ball*, *Detektif Conan*, *Captain Tsubasa*, *Samurai X*, *Pokemon*, *Crayon Shincan*, *Inuyasha*, *Saint Seiya*, *Sailor Moon*, *Cardcaptor Sakura*, *One Piece*, *Naruto*, *Bleach*, dan banyak lainnya (Sinarizqi, <https://www.kompas.com>, 2022). Dan dari beberapa judul anime yang masuk ke Indonesia, ada tiga anime yang dikenal dengan sebutan *the big three of Shōnen anime*. Adapun yang dimaksud dengan *the big three of Shōnen anime* merupakan *franchise* epik yang membedakan ketiga anime ini dari anime-anime saingan lainnya di awal tahun 2000-an. anime *Shōnen* ini menetapkan standar untuk sebagian besar judul anime, memasukkan kiasan dan tema dalam genre yang digunakan oleh banyak acara anime yang dibuat setelah mereka – bahkan hingga saat ini. Keberhasilan anime ini berkontribusi besar pada popularitas genre *Shōnen*, dan itulah sebabnya mereka dihormati sebagai "Tiga Besar" (Destiny, <https://gamerant.com>, 2022). Ketiga anime yang disebut dengan *the big three* tersebut adalah anime *One Piece*, *Naruto*, dan *Bleach*. Sebelum ketiga anime ini beredar, masyarakat Indonesia sudah mengenal ketiganya melalui manga atau komik yang terlebih dahulu beredar di tengah masyarakat.

One Piece merupakan sebuah seri manga Jepang yang ditulis serta diilustrasikan oleh Eiichiro Oda, dimana manga ini pertama kali diterbitkan melalui majalah *Weekly Shōnen Jump* milik Shueisha pada 22 Juli 1997. Sampai agustus 2022, manga *one piece* telah diterbitkan berjumlah 103 volume, di mana di Indonesia yang masih beredar sampai pada volume 99. *One Piece* sendiri bercerita tentang seorang anak laki-laki yang bernama Monkey D. Luffy yang secara tidak sengaja memakan buah iblis bernama *gomu gomu no mi* sehingga membuat tubuhnya menjadi elastis seperti karet. Luffy bercita-cita menjadi raja bajak laut sehingga dia pun memutuskan untuk mengumpulkan krunya sendiri dan berpetualang untuk menaklukkan *grand line* demi mencari harta karun terbesar di dunia yang disebut dengan *one piece*. Kesuksesan manga ini yang membuat Production I.G pada tahun 1998, mengadaptasinya sebagai sebuah anime video asli (OVA), lalu pada tahun 1999, Toei Animation memproduksi *one piece* sebagai sebuah serial anime. Selain anime, Toei Animation turut memproduksi 15 film animasi, satu OVA, dan tiga belas episode khusus televisi. Toei Animation sendiri sebelum *one piece* juga turut memproduksi beberapa anime lainnya seperti *Dragon Ball*, *Sailor Moon*, dan *Digimon*. Viz Media telah melisensi versi manga *one piece* ke dalam bahasa Inggris untuk wilayah Amerika Utara dan Britania Raya, sedangkan Madman Entertainment untuk wilayah Australia. Sedangkan untuk versi anime *one piece* berbahasa Inggris telah dilisensi oleh Funimation pada tahun 2007 untuk wilayah Amerika Utara, di mana sebelumnya oleh 4Kids Entertainment pada tahun 2004. Lalu apa yang membuat *one piece* menjadi istimewa? Ketika pertama kali Eiichiro Oda menulis *one piece*, ia merencanakan *one piece* akan tamat dalam lima tahun namun sampai sekarang *one piece* sudah berjumlah 1070 chapter, dan masih berlanjut. Pada 22 Juli 2022 silam, *one piece* bahkan telah merayakan ulang tahun yang ke-25. *One piece* telah menerima banyak pujian mulai dari alur cerita yang menarik, pembangunan karakter yang kuat, kualitas gambar bahkan penempatan humor yang baik pada manganya. Hal tersebutlah yang membuat beberapa volume dari manga *one piece* memecahkan rekor penerbitan termasuk cetakan awal buku tertinggi di Jepang. Berdasarkan situs web resmi untuk manga *one piece* mengumumkan bahwa manga *one piece* bahkan meraih *Guinness World of Record* dalam kategori salinan terbanyak yang diterbitkan untuk seri komik yang sama oleh seorang penulis tunggal. Di mana kategori ini pertama kali didapatkan manga *one piece* pada tahun 2015 dengan rekor penjualan sebanyak 320 juta eksemplar di dunia. Menariknya rekor ini berhasil dipatahkan kembali oleh manga *one piece* itu sendiri dengan rekor penjualan sebanyak 500 juta eksemplar sejak perilis volume 103. (Reditya, <https://www.kompas.com>, 2021). Pada tahun 2000-an, untuk pertama kalinya anime *one piece* di tayangkan oleh stasiun televisi swasta, RCTI, dan dilanjutkan oleh GTV sampai episode ke-300-an. Namun tanpa alasan yang jelas, tiba-tiba anie *one piece* dihentikan penayangannya sampai sekarang, sehingga apabila masyarakat ingin menonton anime tersebut hanya dapat melalui situs-situs tidak resmi atau platform layanan *streaming* video berbayar.

Selanjutnya, adapun anime yang menjadi bagian dari *the big three of Shōnen anime* adalah *Naruto*. *Naruto* merupakan seri manga yang ditulis oleh Masashi Kishimoto, dan diadaptasi menjadi serial anime. Manga *Naruto* pertama kali diterbitkan di Jepang pada tahun 1999 oleh Shueisha, sedangkan di Indonesia diterbitkan oleh Elex Media Komputindo. Manga *Naruto* telah tamat pada volume 72 pada November 2014. *Naruto* menceritakan tentang seorang anak laki-laki yang bernama *Naruto Uzumaki*, seorang ninja yang periang, hiperaktif dan bercita-cita ingin menjadi seorang *Hokage* atau pemimpin dan ninja terkuat di desanya, Konoha. *Naruto* diceritakan sebagai seorang yatim piatu, di mana di awal cerita kehidupan orang tua *Naruto* tidak terlalu dikisahkan. Kisah hidup *Naruto* semakin menarik karena di dalam dirinya bersemayam iblis berupa rubah berekor sembilan yang pernah menyerang desa Konoha sebelum *Naruto* dilahirkan, sehingga warga desa pun menjadi takut dan membenci *Naruto*. Kepopularitasan manga *Naruto* terutama di Jepang membuat Studio Pierrot dan Aniplex mengadaptasi *Naruto* ke dalam serial anime, yang kemudian pada 3 Oktober 2002 disiarkan secara perdana oleh jaringan TV Tokyo, dan juga oleh jaringan televisi satelit khusus anime seperti Animax, serta stasiun televisi lainnya. Serial anime *Naruto* dibagi atas dua yaitu pertama, *Naruto* yang ditayangkan pada 3 Oktober 2002 sampai 8 Februari 2007 dengan jumlah episode sebanyak 220. Sedangkan yang kedua, *Naruto Shippuden* yang ditayangkan pada 15 Februari 2007 sampai 23 Maret 2017, dengan jumlah episode 500. Studio Pierrot sebagai studio yang memproduksi anime turut mengembangkan delapan film dan beberapa OVA *Naruto*. Viz Media sendiri memiliki lisensi atas manga dan anime *Naruto*

berbahasa Inggris untuk wilayah Amerika Utara. Di Indonesia sendiri, serial anime Naruto pernah ditayangkan oleh stasiun televisi swasta, Trans TV, lalu dilanjutkan oleh GTV dan sempat pernah ditayangkan di Indosiar sampai di pertengahan Naruto Shippuden (Anonim, <https://id.wikipedia.org>, 2022). Berbeda dengan *one piece*, yang tidak ditayangkan lagi oleh stasiun televisi Indonesia, maka Naruto sampai sekarang masih sering diputar di stasiun televisi, sehingga masyarakat dapat menikmati anime Naruto melalui televisi, selain melalui situs-situs tidak resmi ataupun platform layanan *streaming* video berbayar.

Anime ketiga yang menjadi bagian dari *the big three of Shōnen anime* adalah *Bleach*. Serial manga *Bleach* ditulis dan diilustrasikan oleh Tite Kubo. *Bleach* pertama kali diterbitkan di majalah *Shonen* pada bulan Agustus 2001 sampai Agustus 2016 dengan sebanyak 74 volume. *Bleach* menceritakan tentang seorang anak laki-laki kelas satu sekolah menengah atas yang bernama Kurosaki Ichigo yang secara tidak sengaja bertemu dengan seorang malaikat maut, atau yang dikenal dengan sebutan *shinigami* bernama Kuchiki Rukia yang sedang terluka, sehingga karena suatu alasan kekuatan *shinigami* tersebut harus berpindah kepada Ichigo, dan akhirnya dimulailah petualangan Ichigo sebagai seorang *shinigami* pengganti. Manga *Bleach* kemudian dijadikan sebagai seri anime yang diproduksi oleh Studio Pierrot sejak tahun 2004 hingga 2012, empat film animasi, dan bahkan pada tahun 2018 mendapatkan adaptasi *live action*nya. Pada Oktober 2022, anime *Bleach* kembali dilanjutkan setelah sepuluh tahun sempat terhenti diepisode ke-366, dan tetap masih diproduksi oleh Studio Pierrot. Viz Media memegang lisensi manga ataupun anime *Bleach* berbahasa Inggris. Di Indonesia, anime *bleach* pernah ditayangkan pada stasiun televisi swasta, Indosiar, tetapi tidak berlangsung lama. Sedangkan untuk penayangan anime *Bleach* pada Oktober 2022 ini hak siar dimiliki oleh beberapa platform layanan *streaming* video, seperti Disney+ Hotstar, Netflix, Vidio, dan Bstation sehingga untuk masyarakat yang ingin menonton tentu harus berlangganan aplikasi tersebut

Kepopuleran dari *The big three of Shōnen anime* di tengah-tengah masyarakat Indonesia tidak dapat dipungkiri. Hal ini terbukti dari keantusiasan masyarakat terhadap hal-hal yang berkaitan dengan ketiga anime tersebut. Sebagai contoh adalah maraknya *merchandise* seperti baju, souvenir gantungan kunci, poster, bahkan acara kegiatan yang berkaitan dengan ketiga anime tersebut. Dahulu, kita dapat dengan mudahnya menonton ketiga anime tersebut melalui televisi, bahkan dapat dikatakan bahwa awal tahun 2000-an merupakan masa keemasan anime pada layar televisi kita, di mana bukan saja menayangkan ketiga anime di atas, tetapi beberapa judul anime lainnya. Namun sejak tahun 2010-an, sampai sekarang sulit sekali menemukan tayangan anime pada televisi kita. Jikapun ada anime yang ditayang ulang berkali-kali adalah Naruto. Tetapi dengan adanya perkembangan teknologi dan internet sekarang ini membuat tumbuh suburnya platform layanan *streaming* video yang membuat masyarakat semakin mudah untuk mencari dan mengakses ketiga anime tersebut di mana saja. Platform layanan *streaming* video tersebut menawarkan beragam judul anime pada aplikasinya, tak luput dengan *The big three of Shōnen anime* tersebut. Platform layanan tersebut merupakan situs resmi, dan berbayar sehingga mengharuskan penonton untuk membayar biaya berlangganan apabila ingin menonton anime tersebut. Oleh karena itu, adapun masalah yang ingin dibahas oleh peneliti adalah bagaimana dampak kepopuleran anime One Piece, Naruto, dan Bleach mempengaruhi masyarakat untuk berlangganan platform layanan *streaming* video tersebut. Adapun tujuan penelitian ini adalah melihat platform apa saja yang digunakan masyarakat untuk menonton *The big three of Shōnen anime* tersebut. Selanjutnya, melalui data yang didapatkan dari penyebaran angket, maka manfaat dari penelitian ini adalah bagaimana penilaian masyarakat terhadap *The big three of Shōnen anime* dan perkembangan anime lainnya, serta perkembangan platform layanan *streaming* video sebagai sarana resmi menonton anime dari Jepang.

2. Kajian Literatur

2.1. *The big three of Shōnen anime*

Anime bergenre *Shōnen* merupakan ragam anime khusus bagi remaja laki-laki, walau di dalam perjalanannya anime ini tidak hanya diminati remaja laki-laki, tetapi juga remaja perempuan. Biasanya anime bergenre *Shōnen* memiliki jumlah seri atau episode yang panjang serta penggemar yang cukup banyak.

Ketika berbicara tentang *The big three of Shōnen anime* maka merujuk kepada anime One Piece, Naruto, dan Bleach. Predikat “Tiga Besar” ini didapatkan ketiga anime tersebut karena kesuksesan dan kontribusi mereka terhadap hasil penjualan manga Weekly Shonen Jump. Majalah Weekly Shonen Jump merupakan salah satu majalah terkemuka di Jepang yang berorientasi terhadap anime sejak tahun 1968. Sebelum *The Big Three* tersebut, ada beberapa judul anime yang juga laris manis seperti *Slam Dunk*, *Pokemon*, *Dragon Ball*, *Yu Yu Hakusho*, dan *Fist of the North Star*. Kemudian pada tahun 2000-an, *The Big Three* memulai debutnya, dan membawa sesuatu hal yang baru bagi perkembangan *franchise* manga-anime, yang menarik perhatian publik skala global pada saat itu.

Namun yang membuat *The Big Three* menjadi begitu sukses dan terkenal adalah meningkatnya popularitas anime mereka. Majalah Weekly Shonen Jump boleh saja memproklamkan diri sebagai majalah yang memperkenalkan manganya, tetapi perlu diketahui bahwa tidak semua orang membaca manganya, oleh karena itu hanya anime yang dapat mengisi kekosongan tersebut.

Ketika One Piece pertama kali diperkenalkan versi animenya pada tahun 1999, sebenarnya pada awalnya, One Piece tidak menampilkan gaya animasi yang menarik jika dibandingkan dengan gaya animasi One Piece sekarang ini. Namun yang membuat One Piece akhirnya mampu menarik minat penonton pada saat itu adalah ide cerita yang ditawarkannya, yang berbeda dengan tema-tema *Shōnen* sebelumnya yaitu konsep tentang bajak laut dan buah iblis, ditambah dengan unsur komedi yang berkualitas

semakin membuat One Piece menjadi menarik. Selanjutnya adalah Naruto yang memulai debut animenya pada tahun 2002 dengan ide cerita tentang kehidupan ninja, lalu diikuti dengan Bleach dengan konsep malaikat mautnya atau *shinigami*. Ketiga tema cerita yang ditawarkan oleh *The Big Three* tersebut membawa angin segar, sesuatu yang berbeda dan menarik ke dunia *Shōnen*, dan hal tersebutlah yang membuat ketiga anime tersebut sukses besar, dan mungkin sampai sekarang belum dapat ditandingi oleh judul *Shōnen* mana pun (Destiny, <https://gamerant.com>, 2022). Ketiga anime *The Big Three* ini bahkan membawa kesuksesan besar bukan hanya melalui animenya saja tetapi mulai dari penjualan film, video game, *merchandise*, dan lain-lain. Memang ada beberapa judul anime yang belakangan ini menarik minat masyarakat dunia seperti *Demon Slayer*, *Jujutsu Kaisen* atau *My Hero Academia*, tetapi tentu butuh waktu untuk mencapai kesuksesan *The Big Three*.

Adapun faktor yang menyebabkan mengapa *The Big Three* begitu sukses di pasaran antara lain adalah ketiga anime tersebut sama-sama memiliki jumlah penjualan manga yang luar biasa. Di tahun 2022, One Piece bahkan mencetak rekor penjualan manga terbanyak di dunia dengan jumlah lebih dari 500 juta eksemplar, dan masih berlanjut, sedangkan untuk Naruto tercatat telah terjual lebih dari 250 juta eksemplar. Yang menarik adalah Bleach, walau pernah beberapa kali harus hiatus, Bleach sendiri berhasil terjual lebih dari 120 juta eksemplar. Jumlah penjualan manga yang luar biasa ini mungkin saat ini baru manga *Demon Slayer* yang telah berhasil mencetak jumlah penjualan sebesar 100 juta eksemplar, di mana angka penjualan ini didapatkannya karena ide cerita yang menarik pula.

Tetapi bukan hanya berkat penjualan manga yang luar biasa saja yang membuat *The Big Three* menjadi begitu terkenal, hal ini didukung pula karena kepopuleritasan dari ketiga anime tersebut. Jauh sebelum beredarnya platform layanan *streaming* video beredar, ketiga anime ini sudah duluan dikenal dan mempengaruhi dunia anime pada saat itu. Perkembangan teknologi telepon genggam, dengan didukung perkembangan internet justru semakin membuat kepopuleritasan ketiga anime tersebut semakin berlipat ganda. Berdasarkan data *Anime News Network*, anime One Piece, Naruto dan Bleach bahkan menempati peringkat sebagai salah satu anime yang paling banyak ditonton sepanjang masa. Hal tersebutlah yang membuat platform layanan *streaming* video menjadikan ketiga anime tersebut sebagai salah satu potensi pasar untuk menarik masyarakat berlangganan platform tersebut.

2.2. Subscription video-on-demand (SVOD)

Subscription video on demand atau SVOD merupakan platform layanan *streaming* video yang menawarkan cara menonton yang lebih menarik dengan memanfaatkan penggunaan algoritma sehingga menampilkan berbagai macam judul film, anime, serial ataupun drama, hingga seri dokumenter (Joseph Edwin dan Irwansyah, 2021, h.78).

Platform *Subscription video on demand* merupakan platform berbayar yang mengharuskan masyarakat untuk berlangganan apabila ingin mengakses video yang dinginkannya. Platform ini dapat diakses melalui telepon genggam sehingga pelanggan dapat menonton video yang dinginkannya di mana dan kapan pun saja, tanpa batasan waktu apapun. Pelanggan juga dapat berhenti berlangganan kapan pun pelanggan ingin menghentikannya. Menariknya, beberapa platform SVOD menawarkan konten-konten yang dapat diakses gratis untuk beberapa episode atau beberapa hari, tetapi selanjutnya pelanggan harus berlangganan apabila ingin melanjutkan menikmati konten-konten tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan internet semakin mendorong menjamurnya platform SVOD di Indonesia. Adapun platform SVOD yang ada dan legal di Indonesia yang menawarkan konten anime pada platformnya antara lain: *Netflix*, *Disney+*, *Hotstar*, *Crunchyroll*, *Vidio*, *Viu*, *WeTv*, *Iqiyi*, *Genflix*, *Hidive*, *Funimation*, *iFlix*, *Bstation* dan *Hulu* (Fikriansyah, <https://www.detik.com>, 2022). Dengan adanya layanan konten internet *over the top* (OTT) berbasis platform tersebut telah membawa banyak pengaruh pada industri hiburan, khususnya bagi banyaknya ragam judul anime di Indonesia. Didukung dengan meningkatnya penggunaan ponsel cerdas yang semakin banyak penggunaannya saat ini, hal tersebutlah yang membuat jumlah pelanggan platform SVOD di Indonesia semakin meningkat. Selain karena platform SVOD tersebut dapat dengan mudah diakses dan biaya berlangganan yang bersaing satu sama lainnya juga menjadi faktor penyebab lainnya.

3. Metodologi

Metode penelitian kualitatif sering disebut sebagai metode penelitian yang baru karena popularitasnya belum terlalu lama. Adapun nama lainnya adalah metode postpositivistik karena berdasarkan pada filsafat postpositivisme. Selain itu, metode ini juga dikatakan sebagai metode artistik karena di dalam prosesnya terkadang kurang berpola, dan ada yang menyebutnya sebagai metode interpretive yang dikarenakan data yang didapatkan banyak berdasarkan hasil data interpretasi yang didapatkan dari lapangan (Sugiyono, 2014, h.7). Oleh karena itu penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif untuk melihat bagaimana penemuan dan penyelidikan terhadap kepopuleran anime One Piece, Naruto, dan Bleach pada masyarakat Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui data primer yang dalam hal ini adalah berupa angket kepada para responden yang dalam hal ini adalah warga Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera Utara. Adapun rentang usia responden yang berhasil peneliti peroleh antara lain: usia 17 tahun sebanyak 17 orang, usia 18 tahun sebanyak 54 orang, usia 19 tahun sebanyak 53 orang, usia 20 tahun sebanyak 30 orang, usia 21 tahun sebanyak 20 orang, usia 22 tahun sebanyak 12 orang, dan usia 29-39 orang sebanyak 14 orang. Sedangkan data sekunder didapatkan melalui buku-buku, jurnal ataupun situs web yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah data diperoleh maka tahapan berikutnya adalah pengolahan data. Pada penelitian kualitatif, sering sekali teknik pengolahan data yang digunakan belum memiliki pola yang jelas, hal itulah yang membuat penelitian kualitatif di

dalam melakukan analisis data sering mengalami kesulitan (Yamane, 2020, h.74). Pada penelitian ini, adapun analisis data yang dilakukan dengan mendeskripsikan temuan data tentang anime *the big three* yang mana yang biasa ditonton, dan menggunakan platform layanan *streaming* video yang mana pula. Dalam hal ini, peneliti menggunakan data dari jawaban responden untuk menjabarkan analisisnya. Lalu setelah itu, peneliti menyimpulkan hasil penelitiannya seperti di bawah ini.

4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 200 orang responden yang terdiri dari mahasiswa, dan juga dosen dari Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Sumatera. Dari 200 orang responden, adapun responden yang berjenis kelamin laki-laki sejumlah 130 orang, dan responden yang berjenis kelamin perempuan sejumlah 70 orang. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa 170 orang responden adalah penggemar anime *the big three* yaitu *One Piece*, *Naruto*, dan juga *Bleach* yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Jumlah Masyarakat Indonesia Yang Menonton Anime *The Big Three*

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Presentasi
1	Dari anime <i>One Piece</i> , <i>Naruto</i> , dan <i>Bleach</i> yang disebut sebagai <i>The Big Three</i> ini, anime mana yang anda ikuti?	Naruto	56 orang	28%
		<i>One Piece</i>	51 orang	25,5%
		<i>Bleach</i>	13 orang	6,5%
		Saya mengikuti ketiga anime tersebut	20 orang	10%
		Saya hanya mengikuti anime <i>One Piece</i> dan <i>Naruto</i>	21 orang	10,5%
		Saya hanya mengikuti anime <i>One Piece</i> dan <i>Bleach</i>	5 orang	2,5%
		Saya hanya mengikuti anime <i>Naruto</i> dan <i>Bleach</i>	4 orang	2%
		Saya tidak mengikuti ketiga anime tersebut	30 orang	15%

Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa selain mengikuti ketiga anime tersebut, Masyarakat Indonesia juga ternyata membaca manga atau komik *the big three* ini yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Jumlah Masyarakat Indonesia Yang Membaca Manga *The Big Three*

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Presentasi
2	Dari manga <i>One Piece</i> , <i>Naruto</i> , dan <i>Bleach</i> yang disebut sebagai <i>The Big Three</i> ini, manga mana yang anda ikuti?	Naruto	33 orang	16,5%
		<i>One Piece</i>	15 orang	7,5%
		<i>Bleach</i>	7 orang	3,5 %
		Saya mengikuti ketiga manga tersebut	40 orang	20 %
		Saya hanya mengikuti manga <i>One Piece</i> dan <i>Naruto</i>	14 orang	7%
		Saya hanya mengikuti manga <i>One Piece</i> dan <i>Bleach</i>	13 orang	6,5%
		Saya hanya mengikuti manga <i>Naruto</i> dan <i>Bleach</i>	7 orang	3,5 %
		Saya tidak mengikuti ketiga manga tersebut	71 orang	35,5%

Berdasarkan hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa Masyarakat Indonesia menggunakan platform layanan *streaming* video untuk menonton ketiga anime tersebut, walau ternyata ada juga responden yang menggunakan situs streaming ilegal untuk menonton ketiga anime tersebut yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Aplikasi yang digunakan Masyarakat Indonesia untuk menonton anime *The Big Three*

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Presentasi
3	Melalui platform layanan <i>streaming</i> video yang mana anda mengikuti ketiga anime tersebut?	Netflix	12 orang	7,04%
		Viu	18 orang	10,59%
		Vidio	7 orang	4,12%
		WeTv	11 orang	6,48%
		Iqiyi	10 orang	5,89%
		Disney+ Hotstar	12 orang	7,06%
		Bstation	41 orang	24,11%
		IFlix	1 orang	0,59%
		Televisi	9 orang	5,30%
		Telegram	15 orang	8,83%
		Youtube	6 orang	3,52%
		facebook	2 orang	1,17%
		Samehadaku.net, animeindo, otakudesu, neonime, dan situs pada chrome	19 orang	11,17%
		DVD bajakan	5 orang	2,95%
Tiktok	2 orang	1,18%		

Menurut hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa dari 200 orang responden yang diajukan pertanyaan, maka ada 140 orang responden yang berlangganan aplikasi SVOD yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. Jumlah Masyarakat Indonesia yang Berlangganan Aplikasi SVOD

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Responden
4	Apabila anda berlangganan <i>Subscription Videon On Demand</i> seperti Netflix, Disney+ Hotstar, Vidio, Viu, WeTv, Viki Rakuten, HBO GO, Prime Video, GoPlay, iFlix, CatchPlay, Bstation atau Hulu, aplikasi SVOD mana yang anda ikuti? Jika anda berlangganan lebih dari satu silahkan sebutkan aplikasi SVOD mana saja yang anda ikuti?	Disney+ Hotstar	19 orang	13,60%
		Viu	16 orang	11,44%
		Iqiyi	14 orang	10%
		Netflix	29 orang	20,71%
		Prime Video	1 orang	0,71%
		HBO GO	1 orang	0,71%
		WeTv	10 orang	7,14%
		Vidio	10 orang	7,14%
		Viki Rakuten	1 orang	0,71%
		Bstation	36 orang	25,71%
		Iflix	1 orang	0,71%
MOD Apk	2 orang	1,42%		

Berdasarkan hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa adapun rentang biaya yang dihabiskan Masyarakat Indonesia untuk berlangganan aplikasi SVOD tersebut berkisar antara Rp.15.000- 213.000. Adapun alasan Masyarakat Indonesia mengikuti dan menikmati anime *the big three* ini bahkan tidak memperlumahkan untuk berlangganan aplikasi SVOD adalah karena alur atau

ide cerita ketiga anime ini sangat menarik. Selain itu banyaknya kata-kata motivasi yang terkandung di dalam cerita juga menjadi daya tarik tersendiri dari ketiga anime tersebut. Adapun rinciannya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Penilaian Masyarakat Indonesia Terhadap Anime *The Big Three*

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Responden
5	Apa alasan anda menyukai menonton anime One Piece, Naruto, dan Bleach yang disebut sebagai The Big Three ini?	Ide cerita	80 orang	47,05%
		Pesan/motivasi yang terkandung	40 orang	23,52%
		Banyak adegan yang seru	25 orang	14,70%
		Gambar/ desain grafis	15 orang	8,82%
		Lainnya	30 orang	17,64%

Di sisi lain, menurut data yang diperoleh menunjukkan bahwa masyarakat yang menyukai anime *the big three* ini bukanlah penggemar yang baru saja mengikuti tetapi bahkan ada yang sudah mengikuti anime *the big three* ini sejak duduk di bangku sekolah dasar yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 7. Rentang Usia Masyarakat Indonesia Pada Awal Mengikuti Anime *The Big Three*

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Presentasi
6	Sejak kapan anda mengikuti anime One Piece, Naruto dan Bleach?	SD	72 orang	42,35%
		SMP	48 orang	28,23%
		SMA	40 orang	23,52%
		Kuliah	10 orang	5,9%

Menurut hasil angket juga menunjukkan bahwa ternyata selain mengikuti alur cerita anime yang berdasarkan dengan alur pada manganya, masyarakat juga ternyata mengikuti alur non canon yang menjadi bagian *franchise* yang dibuat oleh pihak studio produksi terhadap ketiga anime *the big three* ini. Adapun alur non canon anime *the big three* yang diikuti masyarakat antara lain adalah seperti film bioskop dari ketiga anime ini, ataupun cerita filler yang disisipkan ditengah-tengah cerita utama pada anime *the big three* tersebut. Kepopuleran anime *the big three* ini ditengah masyarakat juga ditandai dengan memiliki atribut atau *merchandise* anime tersebut mulai seperti gantungan kunci, poster, *casing* telepon seluler, bahkan ada yang mengkoleksi *action figure* tokoh anime *the big three* tersebut yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8. Kepopuleran Anime *The Big Three* Pada Masyarakat Indonesia

No	Pertanyaan	Pilihan	Jawaban	Keterangan
7	Apakah anda mengkoleksi pernak-pernik yang berhubungan dengan anime One Piece, Naruto dan Bleach?	Ya	51%	Masyarakat yang menjawab ya menyebutkan bahwa adapun <i>merchandise</i> ataupun barang yang mereka koleksi terkait anime <i>the big three</i> ini antara lain seperti gantungan kunci, poster anime <i>the big three</i> , <i>casing</i> telepon seluler, dan <i>action figure</i> tokoh anime tersebut.
		Tidak	49%	Masyarakat yang menjawab tidak menyebutkan bahwa adapun alasan mereka tidak mengkoleksi hal-hal yang terkait dengan ketiga anime tersebut adalah karena biaya untuk membeli <i>merchandise</i> , atau tidak tertarik

sama sekali untuk mengkoleksi
pernak-pernik.

Tidak dapat dipungkiri bahwa kepopuleran anime *the big three* di tengah masyarakat lah yang turut mendorong aplikasi SVOD turut serta bersaing untuk menawarkan ketiga anime tersebut sebagai konten yang menarik masyarakat untu berlangganan seperti yang terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 9. Aplikasi SVOD yang menayangkan anime *the big three*

No	Anime	Keterangan
1	One Piece	Anime One Piece dapat ditonton melalui aplikasi SVOD seperti: <i>Iqiyi, Viu, Vidio, WeTv, Bstation, dan crunchyroll</i>
2	Naruto	Anime Naruto dapat ditonton melalui aplikasi SVOD seperti <i>Netflix, Iqiyi, Vidio, Bstation, dan crunchyroll</i>
3	Bleach	Anime Bleach dapat ditonton melalui aplikasi SVOD seperti <i>Disney+ Hoststar, Netflix, Vidio, Bstation, dan crunchyroll</i>

Sumber: Katalog Anime Pada Platform Layanan Streaming

Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri pengaruh kepopuleran anime *The Big Three* terhadap pada masyarakat Indonesia lah yang mempengaruhi mereka untuk berlangganan platform layanan *streaming*, yang menyebabkan terjadinya persaingan platform untuk menyiarkan ketiga anime tersebut. Wujud persaingan tersebut pun terlihat dari bagaimana platform layanan *streaming* tersebut dalam perihal jam tayang anime *The Big Three* tersebut, khususnya anime One Piece dan Bleach yang masih tayang tiap minggunya. Pada platform layanan *streaming* Bstation menayangkan episode One Piece terbaru pada setiap hari minggu, pukul 12.00 Wib. Pada platform layanan *streaming* Iqiyi menayangkan episode One Piece terbaru pada setiap hari minggu, pukul 15.00 Wib. Sedangkan, pada platform layanan *streaming* Viu menayangkan episode One Piece terbaru pada setiap hari minggu, pukul 19.00 Wib. Begitu pula pada anime Bleach, di mana pada platform layanan *streaming* Bstation dan Iqiyi menayangkan episode Bleach terbaru pada setiap hari senin, pukul 23.30 Wib. Sedangkan pada platform layanan *streaming* Vidio menayangkan episode Bleach terbaru pada setiap hari selasa, pukul 01.00 Wib.

Platform layanan *streaming online* kedepannya tentu akan menambah konten atau judul anime lainnya bukan hanya *the big three* tersebut saja agar menarik minat masyarakat Indonesia untuk tetap berlangganan platform layanan *streaming* tersebut. Pada tahun 2021, Berdasarkan Media Partners Asia (MPA) mengeluarkan data yang menyebutkan bahwa Netflix bahkan memimpin di negara Indonesia, Filipina, Singapura, dan Thailand, dengan 39% pangsa pasar. Netflix sendiri memiliki jumlah pelanggan berbayar sebesar 3,3 juta pada keempat negara tersebut. Bahkan Indonesia menempati posisi ketiga di dunia dengan jumlah penggemar anime, manga, ataupun kebudayaan Jepang lainnya. (Cantika, 2022)

Dengan hadirnya anime pada platform layanan *streaming online* dengan didukung banyaknya penggemar anime di Indonesia, khususnya anime *The Big Three* tersebut itulah membuat One Piece, Naruto, dan Bleach tetap akan menjadi produk unggulan platform layanan *streaming* berbayar selain dapat menjangkau penonton yang lebih luas, dan tak jarang ketiga anime tersebut terkadang menjadi fenomena tersendiri di Indonesia karena ramai diperbincangkan di media sosial bahkan media besar di Indonesia.

5. Kesimpulan

Platform layanan *streaming* pada dasarnya mengacu pada aplikasi yang menampilkan konten video yang yang dapat diakses secara daring. Seperti yang kita ketahui bahwa anime atau animasi Jepang adalah bagian dari kebudayaan populer yang diartikan sebagai bentuk budaya inklusif yang mendorong interaksi sosial dan identifikasi karakter pada dunia nyata dan tidak hanya sekedar tentang “cerita bergambar”. Didukung dengan teknologi yang semakin maju ini dan belakangan ini karena adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan platform layanan *streaming online* menjadi salah satu hiburan yang banyak diminati oleh berbagai kalangan.

Platform layanan *streaming* pun semakin mendapatkan tempat di tengah masyarakat Indonesia karena menampilkan konten-konten yang menarik, salah satunya adalah anime, dan dalam hal ini adalah anime *The Big Three* yaitu One Piece, Bleach, dan Naruto yang merupakan anime yang begitu populer pada tahun 2000-an. Begitu banyak judul anime yang beredar di tengah masyarakat belakangan ini, tetapi akan sulit untuk menyaingi anime *the big three* yang begitu sukses di dalam penjualan manga atau komiknya. Sehingga waralaba *the big three* ini tentu akan sulit dilampaui waralaba manga ataupun anime manapun untuk

saat ini. Dan hal itulah yang mendorong platform layanan streaming menampilkan ketiga anime tersebut sebagai salah satu konten yang menarik minat masyarakat untuk berlangganan.

Referensi

- [1] Aisyah, Ida. (2019). ANIME DAN GAYA HIDUP MAHASISWA (Studi Pada Mahasiswa Yang Tergabung Dalam Komunitas Japan Freak UIN Jakarta). Universitas Islam Negeri Repositori.
- [2] Andiana, Elga. (2014). Anime Dan Persepsi Budaya Kekerasan Pada Anak Usia Sekolah. *Jurnal Aspirasi*. Vol 5 No 2. Hlm. 119-130.
- [3] Budianto, Firman. Anime, Cool Japan, dan Globalisasi Budaya Populer Jepang. (2015). *Jurnal Kajian Wilayah*. Vol 6 No 2. Hlm. 179-185.
- [4] Edwin Joseph, Irwansyah. (2021). Motivasi Milenial Menonton Layanan Streaming. *Jurnal Komunikasi Global*. Vol. 10 No.1. hlm.77- 100.
- [5] Gunawan, Hasian. (2022). Makna Anime Dalam Kehidupan Sosial Generasi Milenial. (Skripsi). Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Repositori.
- [6] <https://www.antaranews.com/berita/1776245/layanan-streaming-tantangan-dan-peluang-perfilman-indonesia>. Diakses pada 17 September 2022, dari <https://www.antaranews.com/berita/1776245/layanan-streaming-tantangan-dan-peluang-perfilman-indonesia>
- [7] <https://gamerant.com/>. 2 Juli 2022. Why The Big Three Of Shonen Anime Won't Be Dethroned Anytime Soon. Diakses pada 20 September 2022, dari <https://gamerant.com/shonen-big-three-wont-be-replaced/>
- [8] <https://www.kompas.com/>. 22 Juli 2021. 22 Juli 1997, Manga "One Piece" Pertama Kali Terbit, Bagaimana Luffy Dkk Bisa Jadi Idola?. Diakses pada 20 September 2022, dari <https://www.kompas.com/global/read/2021/07/22/141835470/22-juli-1997-manga-onepiece-pertama-kali-terbit-bagaimana-luffy-dkk-bisa?>
- [9] <https://www.kompas.com/>. 18 Mei 2022. Sejarah Anime: Awal Kemunculan dan Perkembangannya di Indonesia. Diakses pada 20 September 2022, dari <https://www.kompas.com/stori/read/2022/05/18/090000679/sejarah-anime-awalkemunculan-dan-perkembangannya-di-indonesia>
- [10] <https://travel.okezone.com/>. 18 Maret 2022. 10 Negara dengan Jumlah Wibu Terbanyak, Indonesia Urutan 5 Teratas. Diakses pada 21 Desember 2022, dari <https://travel.okezone.com/read/2022/03/17/408/2563379/10-negara-dengan-jumlahwibu-terbanyak-indonesia-urutan-5-teratas>
- [11] <https://id.wikipedia.org/>. 17 Desember 2022. Naruto- One Piece- Bleach. Diakses pada 20 September 2022, dari https://en.wikipedia.org/wiki/Naruto-One_Piece-Bleach
- [12] Sukarman, Muhammad Malik Hamka. (2021). Fanatisme Otaku Terhadap Anime One Piece (Studi Kasus Pada Komunitas Nakama Istimewa Yogyakarta). (Skripsi). Universitas Islam Indonesia Repositori.
- [13] Sugiyono. (2014). Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- [14] Wahidati, Lufi, Meri Kharismawati, Alvin Octo Mahendra. (2018). Pengaruh Konsumsi Anime dan Manga Terhadap Pembelajaran Budaya dan Bahasa Jepang. *Jurnal Izumi*. Vol 7 No 1. Hlm. 1-10.
- [15] Wibowo, Tangguh Okta. (2018). Fenomena Website Streaming Film di Era Media Baru: Godaan, Perselisihan, dan Kritik. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Vol 6 No 2. Hlm. 191-203.
- [16] Widigdo, Faiz Enggar. (2021). Penyebaran Budaya Pop Jepang Melalui Anime Dan Manga Di Indonesia. (Skripsi). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta Repositori.
- [17] Wulansuci, Yolana. (2010). Budaya Populer Manga dan Anime Sebagai Soft Power Jepang. (Skripsi). Universitas Indonesia Repositori.
- [18] Yamane, Toi, (2020). Kepopuleran dan Penerimaan Anime Jepang di Indonesia. *Jurnal Ayumi*. Vol 7 No 1. Hlm. 68-82.