ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Vol.3, No.6, Mei 2024

Peran Media Sosial dalam Peningkatan Animo Penonton Konser Coldplay

Adinda Putri Silaen[1] , Putu Candhrika Asteya[2] , Rula Aprilia Sitanggang[3]
[1,2,3]Universitas Kristen Indonesia
E-mail: adindasilaen@gmail.com[1], putucandhrika@gmail.com[2], rulaapriliasitanggang@gmail.com[3]

Article History:
Received: 30 April 2024
Revised: 07 Mei 2024
Accepted: 09 Mei 2024

Keywords: *Media Sosial, Animo, Coldplay*

Abstract: *Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran media sosial dalam peningkatan animo penonton konser coldplay. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan data sekunder. Landasan teori uses and gratification ini menjelaskan mengenai bagaimana media sosial mampu meningkatkan animo penonton konser Coldplay. Dalam penelitian ini menunjukan antusiasme masyarakat yang meningkat terhadap trend konser Coldplay yang tersebar pada media sosial.*

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini media sosial berperan penting dalam kehidupan masyarakat sebagai sumber informasi dan media dalam berkomunikasi. Penyebaran informasi berlangsung dengan cepat, tidak terbatas, dan mudah diakses oleh siapapun. Dengan adanya media sosial, masyarakat banyak mengalami perubahan baik dalam perubahan perilaku, perubahan gaya hidup, juga dapat mengalami perubahan kebudayaan. Perubahan terjadi karena mudahnya manusia berinteraksi antara satu sama lain. Media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015). Dengan adanya media sosial akan menciptakan banyak perubahan dalam kehidupan masyarakat.

Menurut data We Are Social mencatat jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 167 juta orang pada Januari 2023. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri. Melalui data tersebut menunjukkan banyaknya masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi media sosial, dimana media sosial menjadi wadah untuk berinteraksi secara tak terbatas. Media sosial memberikan berbagai macam fitur seperti yang ada pada Intagram, Tiktok dan X. Hal ini membuat masyarakat dengan mudah menjangkau berbagai macam informasi yang ada pada media sosial tersebut sehingga memudahkan dalam menjalin komunikasi antar para penggunanya

Media sosial menyajikan banyak sekali hal baru dalam setiap harinya, hal ini membuat masyarakat menjadi lebih tahu apa yang saat ini menjadi trend atau hal baru yang ramai di perbincangkan dalam media sosial. Layaknya konser coldplay yang akhir – akhir ini menjadi hal di perbincangan oleh masyarakat dalam media sosial. Masyarakat riuh dengan adanya konser dari salah satu band asal inggris yaitu Coldplay yang digelar pada Rabu, 15 November 2023 di Stadion Utama Gelora Bung Karno di Senayan, Jakarta. Band Coldplay menggelar konser pertama kalinya di Indonesia dengan tajuk ”music of the spheres world tour.” hal ini sangat menarik perhatian

masyarakat Indonesia.

Kemunculan informasi mengenai konser band asal inggris Coldplay menjadi sebuah kabar baik dan daya tarik bagi masyarakat. Konser Coldplay memberikan platform yang dimana ada dampak bagi beberapa orang. Lagu yang menggambarkan kegembiraan, rasa semangat dan romantis menjadi sebuah hiburan yang mengesankan bagi masyarakat terutama kaum muda, memberikan suasana yang dapat menciptakan emosional terutama bagi para fans nya. Konser Coldplay pada 15 November 2023 memberikan kesan tersendiri bagi para penonton dan penggemar nya. Dalam hal ini Media sosial memiliki peran penting dalam mempromosikan industri musik khususnya yang di gelar pada tahun 2023 (Emilsyah, 2021).

Media sosial akan terus menyajikan berita terbaru mengenai coldplay yang dapat menarik perhatian masyarakat. Dalam media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan X akan memberikan informasi mengenai tiket Coldplay yang kapan terjual nya, harga tiket, informasi mengenai tempat duduk, dan mengetahui seberapa besar minat masyarakat yang bersaing dalam pembelian tiket konser Coldplay.

LANDASAN TEORI

Menurut KBBI, animo merupakan hasrat dan keinginan yang kuat untuk berbuat, melakukan, atau mengikuti sesuatu. Dapat disimpulkan arti dari kata animo adalah minat seseorang yang sedang menggemari atau meminati kepada suatu hal dan tertarik untuk membeli, mengikuti, atau melakukan hal-hal yang bersangkutan.

Menurut Winkel, minat adalah kecenderungan yang menetap dalam subyek untuk merasa tertarik pada bidang tertentu dan merasa senang berkecimpung dalam bidang itu. Sehingga minat merupakan bagian dari keinginan untuk mengetahui dan mempelajari suatu hal yang diinginkan itu sebagai wawasan pengetahuan bagi dirinya, orang tersebut akan melakukan tindakan yang nyata untuk mengetahui dan memepelajari dari sesuatu yang diinginkannya itu sebagai kebutuhannya.

Animo dapat terjadi melalui pengaruh media sosial. Media sosial merupakan platform yang kini sedang marak-maraknya digemari. Biasanya, media sosial digunakan sebagai sumber informasi, sumber relasi, dan lain-lain. Namun, media sosial juga dapat menjadi sumber minat bagi seseorang. Media sosial dapat mempengaruhi minat seseorang hanya dalam sebuah postingan, komentar, maupun keterangan yang ada pada postingan. Hal ini dapat terjadi biasanya karena orang tersebut menggemari suatu influencer dan influencer tersebut memposting suatu hal yang membuat para penontonnya pun ikut tertarik juga.

Dalam penelitian ini, peran Coldplay sebagai salah satu grup musik rock Inggris sangat besar terhadap peningkatan animo konser yang diselenggarakan pada 15 Novemver 2023 lalu. Diperkirakan ada sekitar 70 ribu penonton yang menyaksikan konser Coldplay tersebut yang diselenggarakan di Stadion Utama Gelora Bung Karno, Jakarta. Peningkatan animo ini sangat terlihat pada konser Coldplay yang diselenggarakan di Indonesia. Puluhan ribu orang berbondong-bondong untuk turut menyaksikan konser Coldplay tersebut. Sebelum konser Coldplay tersebut diselenggarakan, sudah banyak sekali media yang mengangkat perihal konser Coldplay terserbut. Bahkan ribuan orang pun ikut serta dalam war tiket konser Coldplay.

Teori uses and gratification Katz, Blumler & Gurevitch dalam Elvinaro Ardianto, Lukianti Komala dan Siti Karlinah (2007) menjelaskan mengenai beberapa asumsi dasar yang ada pada teori ini, yaitu:

a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan

pemilihan media terletak pada khalayak,

c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan,
d. Tujuan pemilihan media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu,
e. Penilaian tentu arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayaknya.

Menurut Dominick dalam Elvinaro Ardianto, Lukianti Komala dan Siti Karlinah (2007) dalam bentuk paling sederhana, uses and gratification model adalah memposisikan khalayak anggota memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang dipuaskan oleh sumber media dan nonmedia.

Teori ini berkaitan dengan animo penonton konser Coldplay. Dari penjelasan yang sudah dipaparkan mengenai teori uses and gratification, antusiasme seseorang terhadap konser Coldplay tersebut didasarkan atas rasa memiliki dorongan untuk ikut menyaksikan yang bersumber pada media dan nonmedia. Antusiasme tersebut biasanya terjadi akibat berita konser Coldplay yang sedang marak-maraknya di media maupun nonmedia. Khususnya di media sosial yang banyak mengangkat tentang konser Coldplay tersebut. Tak sedikit yang mengangkat mengenai topik tersebut. Konten yang diangkat pun banyak yang viral, sehingga dari beberapa konten yang diproduksi yang membahas mengenai konser Coldplay menghasilkan keinginan masyarakat untuk turut serta mengikuti trend.

METODE PENELITIAN

Metode pada jurnal ini menggunakan penelitian berupa metode kualitatif yang pengumpulan data nya dengan menggunakan studi pustaka (library research) dengan ini mempelajari berbagai teori dari berbagai literatur yang memiliki hubungan dengan penelitian ini. Penggunaan metode kualitatif pada penelitian memiliki tujuan agar dapat mengetahui bagaimana gambaran mengenai media sosial yang meningkatkan animo penonton konser coldplay. Metode penelitian kualitatif merupakan sebuah metode yang digunakan untuk dapat memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata – kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah Moleong (2017).

Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara juga berbagai sumber. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan sumber data sekunder. Menurut Sugiyono (2018) sumber data sekunder ialah sumbert data yang secara tidak langsung dapat memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder peneliti ialah buku, jurnal, dan artikel dari website yang berkaitan dengan topik penelitian yaitu peran media sosial dalam peningkatan animo penonton konser Coldplay.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial adalah bentuk kemajuan dari teknologi dalam bentuk informasi dan komunikasi yang memudahkan kita untuk berinteraksi dengan banyak orang. Media Sosial tidak memiliki batasan ruang dan waktu, Penyebaran informasi berlangsung dengan cepat dan tidak terbatas dan mudah diakses oleh siapapun. Dengan adanya media sosial masyarakat banyak mengalami

perubahan bisa dalam perubahan prilaku, perubahan gaya hidup dan juga dapat mengalami perubahan kebudayaan. Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi kekuatan utama dalam mempromosikan berbagai acara dan konser, termasuk konser dari band terkenal seperti Coldplay.

Coldplay merupakan band rock sukses asal inggris yang dibentuk pada tahun 1997 yang beranggotakan Chris Martin (vocal, gitar, piano), Guy Berryman (bass), Jonny Buckland (lead guitar), dan Will Champion (drum). Coldplay merupakan salah satu Musisi dunia yang berhasil menggelar tur konser terlaris di sepanjang massa, dengan kekayaan bersih sebesar Rp 11 triliun. Di tahun 2023 media sosial dihebohkan dengan berita coldplay menggelar konser dengan tajuk music of the spheres world tour. Berita tersebut tersebar luas di berbagai media dan menggundang ketertariakan penggemar serta di kalangan Masyarakat untuk menyambut konser coldplay. Peran media sosial meningkatkan animo penonton untuk konser Coldplay sangatlah signifikan. Salah satu alasan utama adalah kemampuan media sosial untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas kepada pengguna di seluruh dunia. Dalam hal ini, promosi yang luas dan cepat merupakan salah satu aspek yang paling mempengaruhi animo penonton.

Pertama-tama, media sosial memberikan platform yang efisien untuk memperkenalkan dan mempromosikan konser Coldplay kepada penggemar mereka di seluruh dunia. Melalui platform seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan TikTok, pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi terkait konser, seperti tanggal, lokasi, harga tiket, dan detail acara lainnya. Dengan menggunakan tagar (hashtag) yang relevan seperti #ColdplayConcert atau #ColdplayLive, informasi tersebut dapat dengan cepat menyebar dan menjadi viral di kalangan penggemar. Hal ini menciptakan buzz dan antusiasme yang tinggi di kalangan penggemar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan tiket konser.

Selain itu, media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara penggemar dan band. Coldplay, sebagai band yang sangat populer, memiliki jutaan penggemar di seluruh dunia yang ingin terhubung langsung dengan mereka. Melalui platform media sosial, penggemar memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan anggota band, mengirimkan pesan, mengomentari pos, atau bahkan berpartisipasi dalam kuis atau kontes yang diselenggarakan oleh band. Interaksi semacam ini tidak hanya memperkuat ikatan antara penggemar dan band, tetapi juga meningkatkan keterlibatan penggemar dengan konser yang akan datang.

Media sosial juga memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan konser Coldplay. Dengan jutaan pengguna aktif di berbagai platform media sosial, informasi tentang konser Coldplay dapat mencapai orang-orang yang mungkin belum mengenal band tersebut sebelumnya. Melalui berbagai konten promosi, seperti video teaser, cuplikan musik, atau foto-foto eksklusif, media sosial membantu memperkenalkan musik dan gaya musik Coldplay kepada khalayak baru. Hal ini dapat menghasilkan peningkatan jumlah penonton yang hadir di konser, karena semakin banyak orang yang tertarik dengan musik dan penampilan panggung Coldplay. media sosial juga memfasilitasi pembelian tiket secara online. Platform seperti Facebook dan Instagram telah mengintegrasikan fitur pembelian tiket langsung ke dalam platform mereka, yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah membeli tiket konser Coldplay tanpa harus meninggalkan aplikasi atau situs web. Ini memudahkan penggemar untuk segera mengamankan tempat mereka di konser tanpa harus kesulitan mencari tautan pembelian tiket di tempat lain.

Selanjutnya, media sosial juga memungkinkan penggemar untuk berbagi pengalaman mereka tentang konser Coldplay dengan orang lain. Setelah menghadiri konser, penggemar seringkali akan memposting foto, video, atau ulasan tentang pengalaman mereka di media sosial mereka. Hal ini tidak hanya memberikan dampak positif terhadap citra Coldplay sebagai band yang menghibur dan

memuaskan penggemar mereka, tetapi juga dapat mempengaruhi orang lain untuk menghadiri konser Coldplay di masa depan. Testimoni dan ulasan positif dari penggemar yang puas dapat menjadi faktor kunci dalam mempengaruhi keputusan orang lain untuk membeli tiket konser.

Media sosial memberikan kesempatan bagi penggemar untuk terlibat dalam promosi konser Coldplay secara langsung. Coldplay sering kali melibatkan penggemar dalam promosi konser mereka dengan mengadakan kontes atau tantangan kreatif di media sosial. Misalnya, mereka dapat meminta penggemar untuk membuat video lip-sync dari salah satu lagu mereka atau menggambar fan art yang terinspirasi oleh band. Dengan melibatkan penggemar dalam promosi konser, Coldplay tidak hanya meningkatkan keterlibatan penggemar, tetapi juga memperluas jangkauan promosi mereka melalui konten yang dihasilkan oleh penggemar.

Dalam konteks ini, media sosial telah membuktikan diri sebagai alat yang sangat efektif dalam meningkatkan animo penonton untuk konser Coldplay. Melalui promosi yang luas dan cepat, interaksi langsung dengan penggemar, perluasan jangkauan, fasilitasi pembelian tiket, pembagian pengalaman penggemar, dan keterlibatan penggemar dalam promosi, media sosial telah membantu Coldplay untuk menciptakan buzz dan antusiasme yang tinggi di kalangan penggemar mereka, serta menarik lebih banyak orang untuk menghadiri konser mereka. Dengan demikian, tidak dapat disangkal bahwa media sosial memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan dan popularitas konser Coldplay.

Interaksi langsung dengan penggemar melalui media sosial telah menjadi salah satu strategi yang sangat efektif dalam membangun hubungan yang kuat antara Coldplay dan para penggemar mereka di seluruh dunia. Melalui platform seperti Twitter, Instagram, dan Facebook, Coldplay dan tim manajemennya memiliki kesempatan unik untuk terhubung secara langsung dengan penggemar mereka. Salah satu cara utama yang dapat mereka lakukan adalah dengan menyelenggarakan sesi tanya jawab (Q&A) di mana penggemar dapat mengirimkan pertanyaan kepada band atau anggota band. Sesi-sesi ini dapat dilakukan melalui siaran langsung di Instagram atau Twitter, atau melalui fitur yang disediakan oleh platform media sosial lainnya. Ini memberi penggemar kesempatan langka untuk berinteraksi langsung dengan band favorit mereka dan mendapatkan wawasan eksklusif tentang musik, inspirasi, atau kehidupan di balik layar dari anggota band.

Selain sesi tanya jawab, Coldplay juga dapat membagikan konten eksklusif kepada penggemar melalui media sosial, seperti cuplikan latihan, klip di balik layar, atau foto-foto eksklusif dari tur konser mereka. Ini tidak hanya memberi penggemar akses ke konten yang tidak mereka dapatkan dari sumber lain, tetapi juga membuat mereka merasa lebih dekat dengan band. Konten eksklusif ini juga dapat meningkatkan minat penggemar dan menciptakan buzz seputar band. Coldplay dapat menggunakan media sosial untuk mengadakan undian tiket konser atau hadiah eksklusif lainnya bagi penggemar mereka. Ini menciptakan kegembiraan dan antusiasme di antara komunitas penggemar, serta meningkatkan keterlibatan mereka dengan band. Dengan memberikan penghargaan kepada penggemar yang telah mendukung mereka, baik itu melalui kontes kreatif, kontribusi sosial, atau dukungan lainnya, Coldplay dapat memperkuat ikatan dengan penggemar dan meningkatkan loyalitas mereka.

Selanjutnya, Coldplay juga dapat menggunakan platform media sosial mereka untuk memperkenalkan dan mempromosikan inisiatif sosial atau amal yang mereka dukung. Dengan menggalang dana untuk organisasi amal atau menyebarkan kesadaran tentang isu-isu sosial tertentu, Coldplay tidak hanya membantu meningkatkan keterlibatan penggemar, tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat. Ini menunjukkan bahwa Coldplay tidak hanya merupakan band yang berprestasi secara musikal, tetapi juga memiliki perhatian dan komitmen terhadap isu-isu sosial yang penting.

Secara keseluruhan, melalui interaksi langsung dengan penggemar melalui media sosial, Coldplay memiliki kesempatan untuk membangun komunitas yang kuat dan setia di seluruh dunia. Dengan memanfaatkan platform ini secara efektif, mereka dapat meningkatkan keterlibatan penggemar, menciptakan buzz seputar band, dan memperkuat hubungan antara band dan penggemar mereka. Ini bukan hanya tentang mempromosikan konser atau album baru, tetapi juga tentang membangun ikatan yang lebih dalam dengan komunitas penggemar yang mengagumi mereka. Dalam hal ini, media sosial mampu mempengaruhi animo penonton terhadap koser coldplay

Menurut KBBI, animo merupakan sebuah Hasrat atau keinginan yang kuat untuk berbuat, melakukan, atau mengikuti sesuatu. Pada fenomena konser coldplay, banyak Masyarakat yang tertarik dan berminat untuk menghadiri konser tersebut. Peran Coldplay sebagai grup musik rock yang sedang naik daun menghasilkan keinginan masyarakat untuk ikut serta dalam menyaksikan konser Coldplay. Dari berbagai media yang memaparkan mengenai kehadiran konser Coldplay tersebut, membuat masyarakat antusias dan ikut serta dalam war tiket. Bahkan tidak sedikit orang yang rela untuk menggunakan calo atau makelar untuk pembelian tiket konser Coldplay dengan harga yang lebih tinggi dari harga yang ada pada website pembelian tiket. Tidak sedikit juga masyarakat yang terkena tipu akibat menggunakan calo atau makelar yang tidak tepat sehingga menghasilkan kerugian yang cukup besar. Hal ini dapat digambarkan sebagai antusiasme masyarakat yang sangat tinggi terhadap kehadiran konser Coldplay.

Berdasarkan informasi yang beredar di media sosial terhadap antusiasme yang tinggi oleh masyarakat, hal ini dapat dikaitkan dengan animo yang meningkat terhadap konser Coldplay melalui media sosial. Pasalnya, beberapa media sosial mengangkat pembahasan terhadap konser Coldplay, hal ini dapat menjadi salah satu pemicu terhadap minat masyarakat yang semakin meningkat untuk turut serta dalam menyaksikan konser Coldplay

Generasi konten pengguna (user-generated content) telah menjadi fenomena yang penting dalam industri musik, terutama dalam konteks penggemar Coldplay yang aktif di media sosial. Penggemar ini dengan antusias membagikan momen-momen dari konser Coldplay atau lagu-lagu favorit mereka, menciptakan sebuah arus informasi yang terus mengalir dan memperkuat komunitas penggemar. Konten yang dihasilkan oleh penggemar tidak hanya menjadi bukti kehadiran mereka di acara tersebut, tetapi juga menjadi sumber inspirasi bagi penggemar lainnya yang mungkin tidak dapat menghadiri konser atau ingin merasakan atmosfer konser tersebut.

Coldplay dan timnya dapat memanfaatkan generasi konten pengguna ini sebagai cara untuk memperkuat ikatan dengan penggemar mereka. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memberikan pengakuan atau penghargaan kepada kontributor terbaik. Misalnya, mereka dapat menampilkan foto-foto atau video-video terbaik dari penggemar di akun media sosial resmi mereka, atau bahkan memilih beberapa kontributor untuk menerima hadiah atau penghargaan tertentu. Langkah ini tidak hanya akan memberikan penghargaan kepada penggemar yang berdedikasi, tetapi juga akan mendorong partisipasi lebih lanjut dari komunitas penggemar.

Selain itu, Coldplay juga dapat menggunakan konten pengguna sebagai bahan untuk konten mereka sendiri. Mereka dapat membagikan kembali foto-foto atau video-video penggemar di akun media sosial mereka, dengan memberikan kredit kepada pemilik konten asli. Hal ini tidak hanya akan memperluas jangkauan konten tersebut, tetapi juga akan meningkatkan keterlibatan penggemar dengan akun media sosial Coldplay. Penggemar yang melihat konten mereka dibagikan oleh band favorit mereka pasti akan merasa terhormat dan terhubung dengan band tersebut secara lebih intim.

Selanjutnya, Coldplay juga dapat menggunakan konten pengguna sebagai sumber inspirasi

untuk konten mereka sendiri. Mereka dapat mencari ide-ide untuk video musik, kampanye promosi, atau bahkan desain merchandise dari konten yang dibagikan oleh penggemar. Dengan demikian, penggemar tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga berperan sebagai kontributor aktif dalam pengalaman Coldplay secara keseluruhan.

Dengan memanfaatkan generasi konten pengguna dengan bijaksana, Coldplay dapat memperkuat ikatan dengan penggemar mereka dan menciptakan sebuah komunitas yang lebih solid dan terlibat. Melalui pengakuan, penghargaan, dan kolaborasi dengan penggemar, mereka dapat menciptakan pengalaman yang lebih bermakna dan memperluas dampak positif dari musik mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan landasan teori dan hasil pembahasan, disimpulkan bahwa Media sosial menyajikan banyak sekali hal baru dalam setiap harinya, hal ini membuat masyarakat menjadi lebih tahu apa yang saat ini menjadi trend atau hal baru yang ramai di perbincangkan dalam media sosial. Seperti kemunculan informasi mengenai konser band asal inggris yaitu Coldplay yang digelar pada Rabu, 15 November 2023 di Stadion Utama Gelora Bung Karno di Senayan, Jakarta. Band Coldplay menggelar konser pertama kalinya di Indonesia dengan tajuk ”music of the spheres world tour.”

Media sosial berperan penting dalam meningkatkan antusiasme yang tinggi masyarakat, hal ini dapat dikaitkan dengan animo yang meningkat terhadap konser Coldplay melalui media sosial. Pasalnya, beberapa media sosial mengangkat pembahasan terhadap konser Coldplay, hal ini dapat menjadi salah satu pemicu terhadap minat masyarakat yang semakin meningkat untuk turut serta dalam menyaksikan konser Coldplay

Dalam konteks ini, media sosial telah membuktikan diri sebagai alat yang sangat efektif dalam meningkatkan animo penonton untuk konser Coldplay. Melalui promosi yang luas dan cepat, interaksi langsung dengan penggemar, perluasan jangkauan, fasilitasi pembelian tiket, pembagian pengalaman penggemar, dan keterlibatan penggemar dalam promosi, media sosial telah membantu Coldplay untuk menciptakan buzz dan antusiasme yang tinggi di kalangan penggemar mereka, serta menarik lebih banyak orang untuk menghadiri konser mereka

DAFTAR REFERENSI

Suryosumunar, J. A. Z., & Devitasari, E. (2023). Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Pasca Hegemoni Media Sosial Digital di Indonesia dalam Perspektif Skizoanalisis Gilles Deleuze. Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, dan Masyarakat, 6(1), 1-16.

Putri, A. A., Rahmasari, D. A., Ramadhani, F., & Wasisto, M. A. (2024). KAJIAN BUDAYA KONSUMTIF MASYARAKAT INDONESIA MELALUI PENDEKATAN TEORI ONE DIMENSIONAL MAN HERBERT MARCUSE. Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 38(1), 20-34.

Mukhtar, A. D. R., & Noorizki, R. D. (2023). Fenomena Fear of Missing Out dalam Partisipasi Konser Musik di Kalangan Masyarakat Indonesia. Flourishing Journal, 3(7), 261-268.

Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Ticket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 2(9), 2905-2926.

Julietta, Madeleine Andrea, Iwan Koswara, Yuliana Dewi Risanti Sunarya. (2023). Strategi Event Marketing Allo Bank dalam Meningkatkan Pengguna Allo Bank (Studi Kasus pada Event Allo Bank Festival).Jatinangor: Universitas Padjajaran.

Yusuf, M, Fatiha Ni'matul Maulana. (2023). Strategi Promosi Madrasah di Media Sosial dalam Menarik Animo Peserta Didik Baru. Sumatera Selatan: Sekolah Tinggi Agama Islam Darussalam

Harisnanda, R., Setiawan, W., & Sudarmanti, R. (2023). Fenomenologi Minat Pembelian Tiket Konser Pasca Pandemi: War Ticket Konser Coldplay Jakarta Tahun 2023. SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 2(9), 2905-2926.

Sari, I. N., Lestari, L. P., Kusuma, D. W., Mafulah, S., Brata, D. P. N., Iffah, J. D. N., ... & Sulistiana, D. (2022). Metode penelitian kualitatif. Unisma Press.

SETIANINGSIH, D. A. (2023, November 15). Jakarta Menyambut Coldplay. Retrieved from Jakarta Menyambut Coldplay: kompas.id/baxa/hiburan/2023/11/15/jakarta-menyambutcoldplay

Putri, Vanya Karunia Mulia. (2023). Teori Uses and Gratiffication: Pengertian dan Contohnya. Teori Uses and Gratiffication: Pengertian dan Contohnya.