

## Citra dalam Media Meme Konser Coldplay Tahun 2023

Esa Annurfi Zakaria<sup>1</sup>, Muhammad Sidiq Hidayatulloh<sup>2</sup>,  
Ridwan Indrayani Sulisty<sup>3</sup>, Wahyu Yudha Bimantoro<sup>4</sup>

Universitas Indraprasta PGRI<sup>1234</sup>

*esaannurfiz@gmail.com*

### Abstrak

Media sosial adalah media online yang membantu orang menerima dan mengirimkan informasi. Melalui media sosial, mereka dapat digunakan untuk entitas bisnis dan dapat membentuk komunitas. Meme adalah bentuk interaksi antar agen dalam struktur Internet itu sendiri. Internet adalah tekanan budaya partisipatif yang melampaui ekspresi diri, memungkinkan orang untuk membuat dan berbagi kreasi mereka. Meme war tiket pada konser Coldplay sudah menjadi peristiwa baru yang di alami oleh negara Indonesia.

**Kata Kunci:** Meme, Internet, Sosial Media, Coldplay

### PENDAHULUAN

Media sosial adalah alat daring yang digunakan untuk memfasilitasi partisipasi, berbagi, dan pembuatan konten, termasuk blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Andreas Kaplan dan Michael Henlein mendefinisikan jejaring sosial sebagai sekelompok aplikasi Internet berdasarkan teknologi eb 2.0 dan basis ideologisnya, yang memungkinkan pembuatan dan distribusi konten buatan pengguna. Jejaring sosial adalah media online yang membantu orang menerima dan berbagi informasi. Ini dapat digunakan untuk mencari pekerjaan dan membangun komunitas melalui media sosial. Di era digital sekarang ini, komunikasi di dunia maya, bahkan gerakan solidaritas, dll.

Jenis jejaring sosial yang dikenal masyarakat umum sangat beragam. Dari sekian banyak jenis media sosial, masyarakat Indonesia saat ini tertarik dengan media sosial seperti Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter, menurut hasil survei We Are Social. Indonesia merupakan komunitas pengguna Instagram terbesar di Asia Pasifik dengan 45 juta pengguna aktif dari total basis pengguna global sebesar 700 juta.

Media baru adalah media yang memungkinkan digitalisasi, konsolidasi, interaksi dan pengembangan jaringan yang terkait dengan penciptaan dan penyampaian pesan. Kemampuan untuk menawarkan interaksi ini memungkinkan pengguna media baru untuk memilih informasi apa yang akan dikonsumsi, serta mengontrol output dari informasi yang muncul dan membuat pilihan yang mereka inginkan. Istilah “media baru” atau “media baru” adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan ciri-ciri media yang berbeda dengan yang ada selama ini. Media seperti televisi, radio, majalah, surat kabar tergolong old media atau media lama, dan media online dengan konten interaktif tergolong new media atau media baru.

Media sosial mengalami perkembangan yang sangat penting dari tahun ke tahun. Jika pada tahun 2002 Friendster merajai jejaring sosial karena pada saat itu hanya Friendster yang mendominasi jejaring sosial, kini banyak bermunculan jejaring sosial dengan keunikan dan orisinalitasnya masing-masing. Pada tahun 2002, Friendster menjadi jejaring sosial yang booming dan kehadirannya menjadi luar biasa. Setelah itu, pada tahun 2003, muncul berbagai jejaring sosial dengan karakter dan manfaat yang berbeda-beda, seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Wiser, Google+ dan lain sebagainya. Media sosial kini menjadi alat atau aktivitas digital marketing seperti social media maintenance, social media support dan social media activation.

Fungsi pertama jejaring sosial tentu saja adalah komunikasi. Sebelum sampai pada titik tersebut, media sosial awalnya hanya berfokus untuk menciptakan ekosistem komunikasi yang baik bagi penggunanya. Namun dengan perkembangan internet dan teknologi, jejaring sosial telah menjadi lebih dari sekedar komunikasi, jejaring sosial telah menjadi dunia kedua tempat orang-orang dari seluruh dunia berkumpul dan berinteraksi. Jejaring sosial telah berhasil berkomunikasi tanpa batasan waktu dan geografi. (Hendrick N., N.Y.) Peristiwa dan perubahan yang terjadi di Instagram dari waktu ke waktu sangat mempengaruhi kehidupan. Jejaring sosial seperti Instagram tidak hanya digunakan sebagai sarana interaksi dan komunikasi, berbagi foto dan video, tetapi tidak hanya itu. Instagram adalah media baru yang dapat memengaruhi semua orang. Mungkin dulu, ketika pengguna smartphone memiliki pengetahuan yang minim dan terbatas, Instagram hanya digunakan sebagai alat untuk interaksi sosial, namun kini Instagram telah berkembang menjadi media hiburan, pendidikan, inspirasi, dan bisnis. Beberapa hal berikut ini mungkin dapat memberikan informasi tambahan tentang Instagram sekarang dan di masa mendatang.

Sejak awal, internet telah memberi masyarakat hasrat baru untuk berkomunikasi. Kecepatan dan keserbagunaannya membuat internet semakin populer sebagai sarana penyampaian informasi ke berbagai pihak. Memasuki dekade pertama abad ke-21, tren komunikatif telah muncul di ranah pengguna media baru yang sering disebut sebagai meme internet atau sering kali hanya meme. Istilah meme pertama kali diperkenalkan oleh Richard Dawkins (1976, hlm. 189) dan mengacu pada mutasi gen dalam replikasi. Baginya, meme merupakan salah satu bentuk transmisi budaya melalui penyalinan ide yang meresapi kognisi manusia. Konsep ini diterapkan dalam konteks fenomena sosial, khususnya yang terjadi di Internet.

Meme terikat erat dengan proses penyalinan berbagai informasi dalam pikiran manusia, yang keberadaannya dikaitkan dengan berbagai peristiwa sosial, sehingga lebih banyak salinan meme yang dapat dibuat (Brodi, 2014, hlm. 28). Meme internet dapat diartikan sebagai bentuk reproduksi seperti gambar, tautan, video, atau tautan lainnya. Namun, dalam istilah populer di media, meme dikenal sebagai gambar tiruan yang berkaitan dengan teks dan kontekstual dengan topik yang dituju.

Dalam praktiknya, meme ternyata tidak hadir sebagai parodi kondisi sosial masyarakat, seperti guyonan mahasiswa, atau hal-hal lain yang sekedar guyonan. Meme telah menjadi cara komunikasi baru yang dapat memuat konten politik atau menjadi sarana kritik atas kebijakan elit negara. Tidak dapat dipungkiri, fenomena meme akan menjadi bentuk baru demokrasi digital sekaligus menunjukkan gaya komunikasi di era media baru sebagai bentuk partisipasi dalam budaya digital.

Media baru memberikan ruang baru dalam demokrasi. Model demokrasi ini disebut demokrasi digital, yang didefinisikan sebagai penggunaan teknologi komunikasi untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam demokrasi. Publik dapat bereksperimen dan berinovasi dalam proyek komunikasi ketika berhadapan dengan perwakilan politik mereka mengenai kebijakan Internet (Bell, et al., 2004, hal. 58). Inovasi dan eksperimentasi dalam desain komunikasilah yang pada akhirnya menciptakan apa yang dikenal sebagai meme. Perlu diketahui bahwa bentuk dan variasi meme bersifat modern dan kontekstual, bergantung pada keadaan masyarakat di mana meme tersebut ada dan tersebar di Internet.

Deskripsi Objeknya adalah perburuan tiket konser saat public on sale Coldplay di Indonesia brutal, ruang tunggu di halaman booking sudah penuh kurang dari satu menit setelah penjualan dibuka. Penjualan public on sale ini lebih sulit daripada pra-penjualan dan halamannya sering error, sedangkan halaman pembelian tiket Coldplay di coldplayinjakarta.com sejauh ini menunjukkan ruang tunggu yang penuh. Lambat laun, kategori tiket mulai terisi penuh hingga habis. Ini layak untuk diperjuangkan penggemar Coldplay harus bertarung atau berjuang untuk mendapatkan tiket Band asal London itu.

Vokalis Coldplay Chris Martin pun angkat bicara soal "perang" tiket konser di Indonesia. Ia sempat terdiam saat melihat antusiasme warga Indonesia terhadap konser Coldplay yang akan berlangsung pada 15 November mendatang. Penggemar Coldplay diwajibkan mengikuti lelang publik mulai kemarin, 19 Mei 2023. Nyatanya, banyak calo memanfaatkan situasi ini dan menjual tiket konser Coldplay dengan harga yang jauh lebih tinggi.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan citra yang terdapat pada objek meme konser Coldplay. Metode deskriptif dalam penelitian ini adalah menggunakan perspektif budaya visual dengan menerapkan teori "analisis khalayak/sudut pandang dan mitos". Menurut sudut pandang teoretis Jacques Lacan, landasan pemikiran radikal Jacques Lacan dipengaruhi oleh Ferdinand de Saussure, seorang ahli bahasa Swiss. Pemikiran Lacan mengenai pembentukan subjek diambil dari 3 kategori yang saling berhubungan, yaitu imajiner (imajiner), simbolik (the symbolic) dan real (nyata). Secara teori, pandangan termasuk ke dalam imajiner (imajiner), dan dalam teorinya, Jacques Lacan berpendapat bahwa melihat adalah cerminan dari "keinginan" (Aritonang, 2020).

Konsep mitos menurut Roland Barthes adalah kodifikasi makna dan nilai sosial (yang sebenarnya arbitrer atau konotatif) sebagai sesuatu yang dianggap wajar. Sebaliknya, pemaknaan mitos tidak sembarangan, selalu ada motivasi dan analogi. Penerjemah dapat memilih motivasi di antara beberapa kemungkinan motivasi. Mitos memainkan analogi antara makna dan bentuk. Analogi ini tidak alami, tetapi historis. Tertarik atau tidaknya pemirsa sangat ditentukan oleh sejauh mana iklan televisi mampu menerapkan komunikasi persuasif dalam menggugah minat dan keinginan khalayak sasaran (Akmalia, 2017)

Selanjutnya, meme dilihat dalam konteks makro sebagai bentuk replikasi dari berbagai wacana yang tersebar melalui media baru. Penataan Giddens tentang hubungan antara agen dan struktur pada akhirnya akan membentuk norma dan kebiasaan yang dianut oleh kelompok-kelompok dalam lingkungan media baru. Kelompok ini dikenal sebagai netizen. Penelitian ini berfokus pada meme yang muncul saat terjadi perang tiket konser Coldplay. Acara ini dipilih karena sempat membuat heboh media sosial, mengingat Coldplay merupakan band internasional yang sangat terkenal di seluruh tanah air. Sedangkan di Indonesia penggemar Coldplay banyak sekali dari segala usia, tentunya dengan hadirnya Coldplay di Indonesia membuat para penggemar rela melakukan apapun untuk mendapatkan tiket konser Coldplay. Meme-meme kejadian tersebut didapat dari media sosial Twitter dan Facebook, dua media sosial yang populer digunakan oleh masyarakat Indonesia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Perkembangan Meme di Indonesia

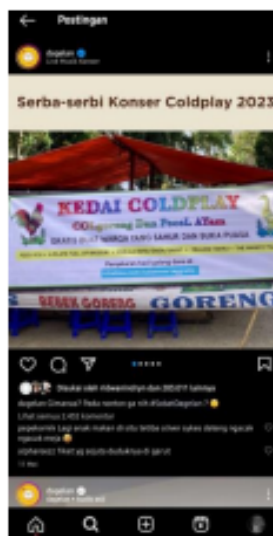
Di Indonesia, istilah meme ini sudah populer sejak diperkenalkan di situs yeamahasiswa.com pada tahun 2009, yang menampilkan berbagai meme tentang parodi dan sindiran tentang kehidupan sehari-hari mahasiswa, seperti disertasi, proyek kelulusan, indeks prestasi kumulatif. Kemudian fenomena meme berkembang ke arah yang lebih luas. Netizen atau pengguna internet kemudian mereproduksi meme ini dalam berbagai topik yang membahas berbagai topik, termasuk politik kekinian. Tak hanya itu, netizen juga menyebarkan meme ini melalui media sosial dan situs-situs di internet.

Kehadiran meme ini menyebar secepat virus yang bereplikasi menjadi versi kontekstual dari topik yang muncul. Memes, seperti yang dikatakan Yun (2014), mewakili hubungan tak terduga antara teks dan gambar yang disajikan. Meme dalam kajian ini berarti integrasi antara gambar atau foto dan teks, di mana warna putih dari dua elemen dilepaskan, maka tujuan meme menghilang. Meme adalah kontinuitas antara gambar dan teks yang muncul.

Di Internet, meme menyebar dengan cepat ketika fenomena atau peristiwa tertentu disajikan kepada publik. Penyebaran meme yang cepat melalui media sosial dan situs web, serta kemampuan mereka untuk mereproduksi diri mereka sendiri, relevan dengan konsep Henry Jenkins. Konsep tersebut berkaitan dengan salah satu karakteristik produk media baru, dimana produk media baru harus selalu didistribusikan, dan jika tidak maka akan binasa (Jenkins, 2009b). Salah satu produk media baru sekarang dikenal sebagai memyang, disebarakan dengan imitasi, propagasi, dan replikasi secara terus menerus sesuai dengan konteks di mana meme itu dibuat. Tidak terkecuali Indonesia.

Meme adalah bentuk dari interaksi para agen dalam struktur internet itu sendiri. Internet adalah sebuah sarang kultur partisipatoris yang tidak terbatas untuk mengungkapkan ekspresi, sehingga sangat memungkinkan bagi individu untuk berkreasi dan membagikan hasil kreasinya (Jenkins, 2009a). Budaya partisipatif ini memunculkan apa yang disebut meme. Berbagai replikasi meme diciptakan dan disebarakan seperti virus dan menjadi bagian dari demokrasi digital yang kita kenal sekarang

#### Hasil Analisis Objek Meme Konser Coldplay



Sumber: Dokumentasi Wahyu, Capture dari Instagram, 2023

Analisis citra yang di temukan pada meme konser Coldplay bahwa tiket yang dijual oleh coldplay dengan harga yang tinggi sehingga membuat orang berfikir untuk meminjam di online (pinjol) atau memaksakan duit yang telah ditabung dengan alasan nonton Coldplay hanya sekali se umur hidup. Selain itu juga war tiket Coldplay begitu sengit karena dengan adanya calo yang membeli banyak tiket dan dijual dengan harga yang tidak masuk akal. Selain itu Coldplay merupakan band International yang sudah terkenal di seluruh negara hal tersebut yang menyebabkan terjadinya war pada tiket konsernya. Pandangan masyarakat terhadap meme, keberadaan jejaring sosial bermanfaat bagi proses pengembangan meme. Kebanyakan meme mengandung kandan atau humor yang dibuat dari keinginan untuk ceari-häri, acara masha, dan topik yang sedang dibahas oleh publik saat ini.

Para pencipta terkadang sengaja mengolok-olok parodi. Tentunya apa yang ditransmisikan melalui meme tidak selalu mengandung sesuatu yang positif, tetapi juga tidak luput dari apa yang mengandung hal negatif, bahkan banyak yang menggunakan meme untuk tujuan negatif. Ingatlah bahwa Internet dan jejaring sosial digunakan tidak hanya oleh orang dewasa, tetapi juga oleh anak-anak dan remaja. Dari berbagai meme tersebut, selalu ada meme yang terkesan mengejek bahkan berbau seperti. Anak-anak dan remaja dapat bercanda dan memahami tentang seks dan kencan melalui gambar dalam meme. Dan secara psikologis mereka belum siap dan ini bukan waktunya untuk memahami hal ini.

## SIMPULAN

Meme adalah cara baru untuk berkomunikasi. Istilah meme yang populer memiliki arti yang lebih sempit. Awalnya, meme adalah konsep sosiobiologis penyebaran tradisional melalui pengulangan, reproduksi, dan penyebaran gambar lucu dan unik yang dijelaskan di Internet. Gambar yang terkait dengan analisis hanyalah salah satu dari berbagai meme yang benar-benar terlihat yang diajukan oleh Dawkins. Citra yang ditemukan pada Meme Konser Coldplay dengan menggunakan pandangan dan mitos yang dihubungkan realitas budaya visual. Terdapat orang-orang yang ingin sekali menonton Konser Coldplay akan tetapi terdapat berbagai halangan seperti, harga tiket mahal, tiket yang susah didapatkan, meminjam pinjaman online dan lain-lain. Dari kejadian tersebut dapat memberi pelajaran bahwa jangan terlalu memaksakan ketika kita tidak bisa menggapai sesuatu dan berusaha lebih untuk mendapatkan sesuatu yang kita mau.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akmalia, N. (2017, October). Mitos Dalam Iklan. Binus. <https://binus.ac.id/malang/2017/10/mitos-dalam-iklan/>
- Arifin, R. (2023, February 28). Pengertian Instagram beserta Sejarah, Fungsi, Tujuan, Manfaat, dll. Dianisa. <https://dianisa.com/pengertian-instagram/>
- Aritonang, N. (2020, July). Subjek Lacan dalam Tiga Babak; Yang Imajiner, Yang Simbolik, dan Yang Nyata. Sanglah Institute. <https://www.sanglah-institute.org/2020/07/subjek-lacan-dalam-tigababak-yang.html>
- Allifiansyah, S. (2016). Kaum muda, meme, dan demokrasi digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2), 151-164.
- CNBC Indonesia. (2023, May 28). War Tiket Konser Coldplay di RI Bikin Chris Martin Bingung. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20230518171758-33-438497/war-tiketkonser-coldplay-di-ri-bikin-chris-martin-bingung>
- CNN Indonesia. (2023, May 19). War Public Tiket Coldplay Sengit, Banyak yang Full Book Hitungan Menit. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20230519101734-227-951371/war-public-tiket-coldplay-sengit-banyak-yang-full-book-hitungan-menit>
- Dawkins, R. (1976). *The selfish gene*. Oxford, UK: Oxford University Press.



Hendrik N. (n.d.). Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya. Gramedia Blog. Retrieved July 16, 2023, from <https://gramedia.com/literasi/pengertian-mediasosial/#:~:text=Salah%20satu%20jenis%20media%20sosial%20ini%20memiliki%20fungsi%20sebagai%20tempat,sosial%20adalah%20Facebook%20dan%20LinkedIn>

Jenkins, H. (2009a). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. Cambridge, UK: MIT Press.

Jenkins, H. (2009b). If it doesn't spread, it's dead (part two).< <http://henryjenkins.org>> Kompasiana. (2015, October 7). Fenomena Meme dan Dampaknya Bagi Pengguna Media Sosial.

Komapasiana.

[https://www.kompasiana.com/turi\\_042/5614f2c3329373f709b9fade/fenomena-meme-dandampaknya-bagi-pengguna-media-sosial](https://www.kompasiana.com/turi_042/5614f2c3329373f709b9fade/fenomena-meme-dandampaknya-bagi-pengguna-media-sosial).

Kamhar, M. Y., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi. *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 1-7.

Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common* , 3(1), 71–80.

Sari, A., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Nurul, A. (2018). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>.

Watie, E. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *THE MESSENGER*, III(1), 69–75. [http://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sos](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_sos).

Yun, J. (2014). *Remediation: The internet meme as remediation*.

