

Idealnya, situs penjualan meminimalisasi kemungkinan celah pengguna mendapatkan kesan kompetisi yang tidak fair dan dalam menggunakan situs juga tidak terjadi kendala apa pun.

FATHURROZAK
Fathur@mediaindonesia.com

SEBELUM ada pengumuman resmi pada 9 Mei, publik Indonesia sudah dihebohkan dengan rumor kedatangan band Inggris, Coldplay, ke Jakarta. Hingga kemudian pengumuman resmi dari promotor, TEM Presents dan PK Entertainment menyebut pada 15 November tahun ini Coldplay akan menempati Stadion Utama Gelora Bung Karno sebagai tempat konser mereka di Indonesia dalam rangkaian tur Asia dan Australia Coldplay Music of the Spheres World Tour.

Tur tersebut merupakan tindak lanjut dari album kesembilan mereka yang masuk nominasi Grammy, *Music of the Spheres* (2021). Tur dunia album tersebut dimulai pada Maret 2022 setelah band mengambil jeda tur dunia sejak perilis album kedelapan mereka, *Everyday Life* (2019).

Salah satu yang mendasari band untuk mengambil jeda tur ialah konsen mereka pada isu lingkungan. Pada 2021 itu, mereka juga kemudian mengumumkan tekad untuk mengurangi 50% emisi CO2 dalam rangkaian tur dunia selanjutnya bila dibandingkan dengan tur terdahulu pada 2016-2017.

Berbagai upaya lalu dilakukan. Seperti instalasi *'kinetic floor'* di tempat konser yang dapat mengubah dari goyangan penonton menjadi listrik, penggunaan baterai dan sumber listrik terbarukan, hingga pemanfaatan bahan daur ulang sebagai instalasi panggung dan penanaman pohon dari tiap tiket yang terjual.

Meski upaya mengurangi jejak karbon dalam tur dunia mereka tampaknya mengesankan, rupanya band tersangkut isu *'greenwashing'* setelah mereka berkolaborasi dengan perusahaan minyak nabati Finlandia, Neste, pada 2022. Perusahaan tersebut meski sebagai produsen bahan bakar nabati, diasosiasikan dengan pembukaan lahan sawit, termasuk di Indonesia dan Malaysia seluas 24.710 hektare pada 2019 dan 2020. Dalam laporan yang diterbitkan organisasi nirlaba yang berfokus pada isu iklim asal Belanda, Milieudefensie/Friends of the Earth Netherlands pada akhir 2020 menyebut para pemasok minyak Neste terkait erat dengan perusahaan sawit di Indonesia menyebabkan deforestasi.

Ketika itu, Coldplay, merespons dengan pernyataan bahwa upaya penurunan jejak



Menyambut Gempita Coldplay

karbon dalam rangkaian tur dunia mereka memang belum sempurna. Mereka juga menyatakan tidak semua negara atau kota tujuan tur mampu mewujudkan meski ada yang bisa.

Euforia di Indonesia

Kedatangan Coldplay di Indonesia pada tahun ini merupakan pertama kalinya. Antusiasme itu tecermin saat penjualan tiket hari pertama pada 17 Mei untuk pemegang kartu rekening BCA. Semua kategori dari yang paling rendah hingga termahal ludes (Rp800 ribu-Rp11 jutaan). Tiket bagi pemegang kartu tersebut mendapat kesempatan membeli lebih awal hingga 18 Mei. Sementara itu, penjualan tiket general berlangsung pada 19 Mei. Hingga hari terakhir penjualan tiket, antusiasme masih tinggi.

Yohan Arie ialah satu pembeli tiket yang beruntung. Selama tiga hari nge-war tiket, Yohan berhasil mengamankan 12 tiket.

"Aku amankan tiket empat, termasuk untuk ketiga adikku. Lalu ada enam teman menitip, tapi yang berhasil diamankan dua. Untuk meng-

amankan tiket ini, aku keroyokan war berlima. Total ada 15 gawai, laptop, dan HP," kata Yohan kepada *Media Indonesia* melalui telepon, Jumat (19/5).

Sayangnya, hoki Yohan cuma bertahan hingga dua hari penjualan tiket untuk pemegang kartu BCA. Saat penjualan umum, malah nihil. Walau berhasil mengamankan cukup banyak tiket, Yohan tidak membuka jastip (jasa titip). Ia memesankan untuk temannya tanpa memungut tarif.

Pembeli tiket 'hoki' lainnya ialah Nihlah Chalidah. Bisa dibayangkan Nihlah lebih 'wangi' daripada Yohan soal war tiket ini. Selama dua sesi penjualan tiket, ia selalu sukses.

Nihlah bukan hanya war untuk tiket Coldplay di Indonesia, melainka juga ikut war tiket konser mereka di Kuala Lumpur, Malaysia. Untuk konser Coldplay di Kuala Lumpur, total ia mengamankan 12 tiket, sementara untuk Jakarta ada 11 tiket.

"Dua hari kemarin dan seperti saat war tiket biasanya, aku selalu pakai laptop dan HP. Di laptop pakai dua peramban. Soal jaringan, laptop pakai wi-fi, HP dengan data seluler.

Itu selalu ampuh buatku. Jadi, beberapa jam sebelumnya sudah siapkan *device*, bisa ditinggal dulu. Nanti pas mendekati 5 menit hingga 1 waktu penjualan dibuka, baru di-refresh," cerita Nihlah kepada *Media Indonesia*, Jumat (19/5).

Meski sebanyak itu tiket yang berhasil diamankan Nihlah, semua bukan untuk dirinya. Ia mengaku membantu teman yang menitip karena tangan ajabnya. Sama seperti Yohan, Nihlah sama sekali tidak mengutip tarif untuk para temannya.

Dalam membeli tiket Coldplay di Jakarta, Nihlah diuntungkan saat ia mengantre di situs penjualan berada dalam urutan ribuan. Itu masih mending jika menilik banyak calon pembeli yang tidak dapat mengakses lantaran berada di antrean lebih dari 500 ribu orang di depan mereka.

Pakar user experience dan dosen fasikom Universitas Indonesia, Panca Hadi Putra, mengatakan banyaknya yang mengeluhkan jika pengguna mendapati halaman daftar tunggu di atas 500 ribu tidak kunjung berubah, bisa dianggap melanggar prinsip UX.

"Di halaman tersebut tidak terdapat status berapa jumlah pengunjung yang menunggu di *waiting room*. Ini melanggar prinsip UX, yaitu *visibility of system status*. Pengguna tidak tahu apa yang sedang terjadi terkait posisi mereka dalam *waiting list*. Alhasil, pengguna menjadi kesal karena kurangnya kejelasan informasi. Hal yang dapat dilakukan sebagai solusi, misalnya memberikan *realtime waiting*, *number progress*, atau status saat ini si pengguna sudah di posisi mana dan apa yang harus dilakukan, jadi ada kepastian informasi," katanya kepada *Media Indonesia*, Jumat (19/5).

Ia juga menjelaskan idealnya situs penjualan meminimalisasi kemungkinan celah pengguna mendapatkan kesan kompetisi yang tidak fair dan dalam menggunakan situs juga tidak terjadi kendala apa pun, baik dari segi performa, keamanan, maupun kegunaan.

"Ketiga aspek itu mungkin memotivasi promotor acara musik di luar negeri menggunakan berbagai metode alternatif selain *direct ticket war* seperti *ticket lottery/ballot*. Penggunaan *ticket lottery/ballot* biasanya mengharuskan pengguna untuk *'apply for ticket'* terlebih dahulu, kemudian baru diundi penerima tiketnya di kemudian hari."

Dari tiga kali pengalaman Yohan ikut perang tiket, di antaranya Hammersonic, konser Arctic Monkeys, dan Coldplay, ia menyebut untuk tiket konser Coldplay sudah berupaya mencegah bot.

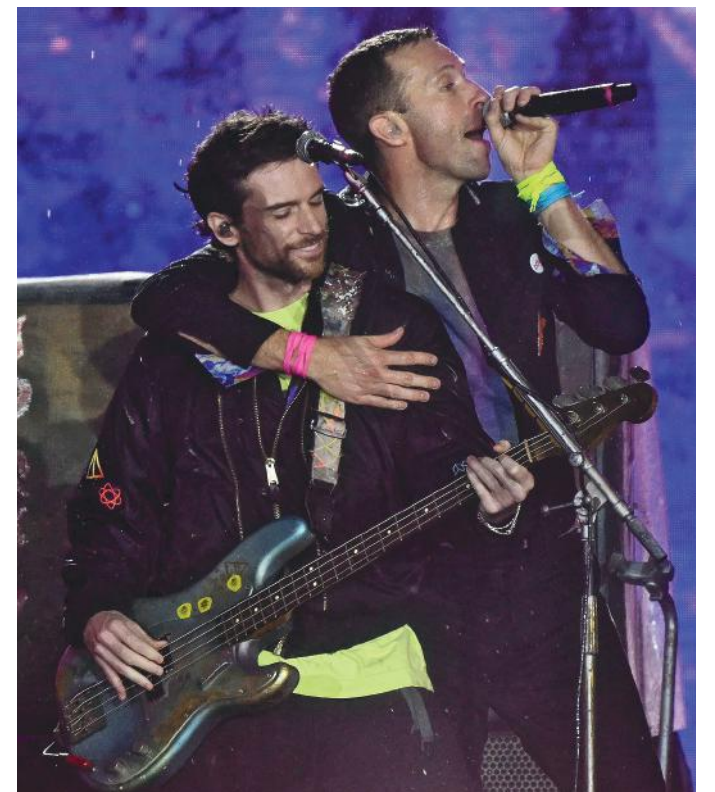
"Ada *CAPTCHA human* dan *waiting room* bikin aplikasi/webnya aman dari *traffic* yang melonjak tiba-tiba. Jadi, enggak pernah mengalami web tiba-tiba eror.

Relevan

Popularitas Coldplay hingga menjadi megabintang bisa dirunut sejak mereka awal masuk industri musik. Pada medio awal 2000-an, ketika itu Coldplay sejurus disebut

sebagai penerus *band-band britpop* seperti Oasis atau Radiohead. Ketika itu, MTV juga turut menjadi salah satu pengorbit karya-karya musik mereka ke dunia.

Band yang digawangi Guy Berryman, Jonny Buckland, Will Champion, dan Chris Martin yang dibentuk pada 1996 itu sejauh ini juga telah berhasil mendapat 34 nominasi Grammy dan tujuh kemenangan. Dibuka dengan kemenangan album musik alternatif terbaik lewat *Parachutes* pada Grammy ke-44.



Vokalis Chris Martin (kanan) dan bassist Guy Berryman (kiri).

Pengamat musik Aldo Sianturi menjelaskan hingga kesembilan album yang telah mereka rilis, Coldplay selalu memiliki konsep dan narasi kuat. Penggarapan desain musik yang meski tiap tahunnya bersalin rupa, tetapi itu justru memberi identitas bagi band.

"Jenjang Coldplay bisa sampai ke level sekarang sebagai megabintang dilalui dalam waktu panjang. Bukan

karena punya sembilan album secara otomatis menjadikan mereka megabintang. Perjalanan mereka benar-benar dari *emerging musician* hingga *rising star* di tengah banyaknya pilihan musik di era 2000-an. Tapi mereka mampu memiliki diferensiasi yang kuat dan punya narasi. Menjawab kegelisahan generasi muda di dunia," terang Aldo lewat sambungan telepon, Jumat (19/5).

Popularitas Coldplay saat ini, menurut Aldo, juga disebabkan kuatnya mereka mampu memiliki branding dari grup musik tersebut. Salah satunya tentu soal isu lingkungan dan kemanusiaan yang kerap didengarkan mereka. Selain itu, desain musik yang diproduksi sehingga musik yang mereka bawa memiliki relevansi dengan pendengarnya yang boleh dibalang lintas generasi.

Pada awal kemunculan band, mungkin nuansa distorsi-distorsi lebih kentara. Musik mereka lalu juga pada dekade belakang memasukkan unsur elektronika ala musik EDM. Lalu ketika gelombang musik pop Korea merajai dunia, mereka menggandeng BTS di My Universe yang juga memberi nominasi Grammy untuk mereka dalam kategori penampilan duo/grup pop terbaik.

"Dan saat ini, milenial dan zilenial tingkat FOMO-nya (*fear of missing out*) paling gede. Generasi terdahulu, apresiasi musik dan musikis dari beli rilis fisik mereka. Sekarang, dengan datang ke konsernya," lanjut Aldo.

Salah satu alasan Yohan memilih Coldplay sebagai tontonan pertunjukan tahun ini di tengah banyaknya konser dan festival musik yang sudah

Fast X, Aksi Luar Nalar Vin Diesel Hadapi Jason Momoa

FILM ke-10 dari waralaba *Fast and Furious*, *Fast X*, sudah mulai tayang di jaringan bioskop Indonesia mulai Rabu (17/5). Film yang disutradarai Louis Leterrier itu mengisahkan Dante Reyes (Jason Momoa) yang ingin membalaskan dendamnya kepada Dominic 'Dom' Toretto (Vin Diesel), sang karakter utama.

Untuk membantu penonton yang barangkali tidak mengikuti setiap filmnya, atau mungkin sekadar lupa, bagian awal *Fast X* menayangkan potongan *Fast 5*, saat Dom mencuri brankas milik gembong narkoba Brasil Hernan Reyes. Saat pengurian itu, Hernan Reyes tewas dan brankasnya berhasil dicuri Dom dan Brian (Alan Walker).

Dante Reyes yang mencoba menghentikan aksi Dom ketika itu, gagal. Ia melihat ayahnya tewas dan kini mencoba membalaskan dendamnya kepada Dom. Dante mulai mengintai dan mencoba menghancurkan nyawa Dom beserta keluarga dan rekannya.

Kendati plot cerita terbilang standar, sepanjang film, penonton akan disuguhkan atraksi para pemain, terutama Dom di balik kemudi. Dom pada film ini masih seperti film sebelumnya, yakni karakter yang memiliki kekuatan 'super' dan bisa lepas dari ancaman Dante. Beberapa kali aksi di luar nalar dilakukan Dom, membuat penonton seakan menghela napas. Sementara itu, Jason Momoa cukup sukses memainkan karakter Dante yang 'gila', kejam, dan terobsesi untuk menghancurkan Dom beserta keluarga dan rekannya. Ini ialah pertama kali Jason Momoa terlibat dalam sekuel *Fast and Furious*.

Louis Leterrier sebelumnya sempat mengatakan film ini akan memperkenalkan Jason Momoa sebagai penjahat paling kejam dalam *Fast X*. Oleh karena itu, Dom akan membutuhkan bantuan dari para penjahat sebelumnya untuk mengalahkannya.

"Saya fokus pada tema ini dan membuat beberapa perubahan pada cerita,

menambahkan karakter baru dan penjahat baru dengan pertarungan yang nyata," ujar Louis, melalui keterangannya, Rabu (17/5).

Film ini akan sangat dinikmati para penggemar waralaba *Fast and Furious*. Pasalnya, ada aksi-aksi yang (tampak) mustahil dan diselipi lelucon yang menggelitik. Selain itu, juga menghadirkan kejutan-kejutan dari awal hingga akhir film sehingga penonton harus bersiap untuk tidak berkedip jika tidak ingin ketinggalan.

Di samping itu, sebagaimana film-film pendahulunya, *Fast X* kembali memperkenalkan kepada penonton, kendaraan yang memiliki performa unik dan inovatif, merangkul kendaraan klasik, baik Tuner maupun Muscle Car, yang membuat *Fast Saga* tetap berada di tempatnya pada puncak sinema otomotif.

Dalam *Fast X*, turut hadir mobil yang lebih cepat dan bertenaga daripada sebelumnya. Kendaraan khas film ini

meliputi Dodge Charger Daytona Banshee SRT, Nissan Z, Cipher dengan prototype DeLorean, Harley Davidson, Pagan, Hennessey Venom F5 Coupe, dan kecintaan Han akan mobil *vintage* pun turut menghadirkan Nissan 240Z 1971.

Produser *Fast X* Vin Diesel mengungkapkan para penggemar setia *franchise* ini pada akhirnya akan merasakan kepuasan di akhir sekuel ini. Diketahui, keseruan *Fast X* akan ditutup dengan *Fast 11* yang disebut sebagai perjalanan akhir sekuel *Fast and Furious*. Pada CinemaCon 2023, Vin Diesel mengumumkan *Fast 11* akan dirilis pada 2025.

"Kisah ini telah berakhir. Ini akan menjadi penghormatan bagi orang-orang yang telah tumbuh dewasa, membesarkan anak-anak mereka dan mendukung, serta hidup bersama kami selama seperempat abad," ujarnya ketika itu.

Untuk memeriahkan perilis *Fast X*, Universal International Pictures juga berkolaborasi bersama sejumlah musikus terkenal untuk mengisi *soundtrack* atau OST dari film *Fast and Furious* ke-10. Salah satu kolaborasi yang dihadirkan ialah dalam lagu berjudul *Angel* yang menghadirkan Jimin BTS bersama musisi Amerika lainnya, seperti Kodak Black, NLE Choppa, JKE, dan Muni Long. (Faj/M-2)



DOK UNIVERSAL INTERNATIONAL PICTURES