

Konser Musik, Tiket Mencekik

Keluhan mengenai mahalnya harga tiket konser Blackpink di Stadion GBK, Jakarta, pada 1-2 November 2025 lalu menariskan sebuah kegelisahan akut bagi penggemar. Banyak yang merasa bahwa, angka yang harus dibayar tidak sejalan dengan standar pendapatan rata-rata masyarakat Indonesia.

Namun ternyata, tren harga tiket konser musik menjulang mahal adalah bagian dari sebuah pola yang sedang terjadi di berbagai belahan dunia. Di Eropa, misalnya, sebagaimana dikutip *Tirto.id* (15 Oktober 2024), sebuah studi dari konsultan PMP Strategy mengungkap penyelenggara festival dan tur musik internasional telah secara aktif mendorong kenaikan harga tiket.

Laporan tersebut menyatakan bahwa kenaikan untuk tiket kategori termahal bahkan hampir dua kali lipat dari laju inflasi yang berlaku sejak tahun 2019. Hal ini menunjukkan adanya sebuah pergeseran struktural dalam cara industri menetapkan nilai sebuah pengalaman menonton konser musik.

Data dari PMP Strategy memberikan gambaran lebih rinci. Dalam kurun waktu 2019 hingga 2023, inflasi kumulatif tercatat sebesar 13,6 persen. Sementara itu, harga tiket termurah naik relatif sepadan, yaitu 13,4 persen. Namun, yang patut dicermati adalah kenaikan drastis pada tiket termahal, yang melonjak hingga 22,7 persen.

Jarak yang lebar antara kedua kenaikan ini mengisyaratkan sebuah strategi bisnis yang dengan sengaja membidik segmen pasar yang paling mampu secara finansial. Konsekuensi dari kebijakan harga seperti ini terhadap kehidupan para penggemar musik sangat jelas.

Sebuah survei yang dilakukan YouGov di Inggris pada 2022 memberikan bukti nyata. Lebih dari separuh, tepatnya 51 persen dari sekitar 2000 responden, mengakui bahwa masalah harga telah menggagalkan rencana mereka untuk menonton konser [setidaknya sekali dalam lima tahun terakhir]. Angka ini bukanlah angka yang kecil, ia mewakili suara jutaan penggemar yang merasa tersinggirkan dari acara yang mereka tunggu-tunggu.

Lebih jauh lagi, survei YouGov itu mengungkapkan betapa kuatnya persepsi ketidakwajaran harga di mata publik. Sebanyak 77 persen responden secara tegas menyatakan bahwa harga tiket konser musik *luc* dinilai mahal. Bahkan, 44 persen di antaranya dengan tegas menggunakan kata "sangat" mahal untuk mendeskripsikannya.

Sentimen yang begitu kuat dan meluas ini menunjukkan bahwa ada jarak yang semakin melebar antara harapan masyarakat dan praktik yang diterapkan oleh industri. Sebuah poin yang menarik dari survei tersebut adalah adanya kontradiksi dalam perilaku konsumen sendiri.

Mayoritas responden berpendapat bahwa harga yang pantas untuk sebuah tiket konser adalah di



Aris Setiawan

Etnomuskolog, Pengajar di ISI Surakarta

bawah 40 poundsterling atau sekitar Rp800.000. Namun, dalam kenyataannya, sebagian besar dari mereka mengaku pernah mengeluarkan uang setidaknya dua kali lipat dari angka tersebut. Hal ini mengungkap sebuah situasi di mana, meskipun merasa harganya tidak adil, banyak orang tetap merasa terpaksa atau sangat ingin untuk membayar premium demi pengalaman yang dianggap sekali seumur hidup. Kisah serupa juga terjadi di Indonesia, gaji pas-pasan, namun hasrat menonton konser tak dapat dibendung.

Konteks Indonesia

Dalam konteks Indonesia, konser Blackpink menjadi contoh sempurna dari persoalan global ini. Basis penggemar mereka sangat besar, menciptakan permintaan jauh melampaui suplai kursi yang tersedia. Kondisi pasar seperti ini memberikan posisi tawar sangat kuat kepada promotor. Mereka dapat menetapkan harga pada level tertentu dengan perhitungan bahwa akan selalu ada segmen konsumen yang sanggup dan rela membayar. Akibatnya, acara hiburan berskala besar seperti ini berpotensi menjadi sebuah ruang eksklusif. Bagi banyak penggemar yang memiliki keterbatasan dana, mimpi untuk menyaksikan idolanya secara langsung bisa sirna, bahkan sebelum tiket mulai dijual. Mereka hanya bisa menjadi penonton dari luar pagar stadion atau melalui layar ponsel, meskipun rasa cinta mereka terhadap musik itu sama besarnya.

Di Indonesia, kesenjangan antara harga tiket konser kelas internasional dan daya beli masyarakat terasa sangat jelas. Upah Minimum Regional (UMR) di berbagai provinsi, yang menjadi

patokan pendapatan sebagian besar tenaga kerja, kebanyakan tidak memadai untuk membeli sebuah tiket kategori terendah sekalipun.

Sebagai ilustrasi, harga tiket termurah untuk suatu konser besar bisa menyamai atau bahkan melampaui pendapatan mingguan atau bulanan seseorang yang digaji berdasarkan UMR. Situasi ini menciptakan tekanan finansial nyata bagi individu yang sangat ingin menghadiri acara tersebut.

Paradoks

Namun, realitas di lapangan memperlihatkan sebuah paradoks menarik. Meskipun keluhan mengenai harga berkebaraban di media sosial, konser-konser artis internasional besar, seperti dari Blackpink, hampir selalu berhasil terjual habis. Stadion GBK yang berkapasitas puluhan ribu penonton dipenuhi oleh penggemar antusias. Fenomena ini memunculkan pertanyaan tentang bagaimana sebuah acara dengan harga yang secara objektif berat bagi kondisi ekonomi rata-rata dapat dengan cepat habis terjual.

Penjelasan peristiwa paradoks ini dapat ditelusuri pada struktur demografi dan ekonomi Indonesia yang sangat beragam. Di balik angka UMR, terdapat segmen populasi dengan daya beli kuat. Kelompok ini terdiri dari kalangan menengah atas, profesional muda, dan mereka yang memiliki akses pada pendapatan di luar gaji pokok.

Bagi segmen ini, alokasi dana untuk hiburan berkualitas tinggi, termasuk konser, merupakan prioritas yang dapat diakomodasi oleh anggaran mereka. Faktor lain yang mendorong terjadinya fenomena ini adalah sifat dari *fandom* (penggemar militan) yang sangat loyal. Di sisi lain, kemudahan sistem pembayaran cicilan tanpa bunga yang ditawarkan platform *e-commerce* telah mengubah pola konsumsi. Fitur ini membuat harga tiket yang nominalnya besar terasa lebih terjangkau karena dipecah menjadi angsuran bulanan yang lebih kecil. Banyak calon penonton kemudian mengambil keputusan membeli dengan pertimbangan kemampuan membayar cicilan ini.

Tetapi, realitas di balik kemudahan teknologi pembayaran ini menyimpan persoalan tersendiri. Tidak sedikit generasi muda, terjebak dalam situasi keuangan rumit akibat

skema cicilan ini. Dorongan untuk tidak ketinggalan momen bersama komunitas, ditambah tekanan sosial untuk menunjukkan partisipasi dalam peristiwa populer, kerap mengalahkan pertimbangan kesehatan finansial jangka panjang.

Mereka memilih untuk membeli tiket meski sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial memadai, dengan mengandalkan skema pembayaran yang membebankan di kemudian hari. Akibatnya, fenomena "hutang digital" atau "buy now pay later" untuk konser musik pun muncul.

Setelah euforia konser usai, banyak yang justru menghadapi tagihan bertumpuk yang harus dibayar. Situasi ini diperparah dengan minimnya pemahaman tentang bunga keterlambatan dan denda yang berlaku dalam sistem pembayaran cicilan tersebut. Banyak yang baru menyadari belum finansialnya ketika sudah terlanjur melakukan transaksi dan menerima tagihan yang membebani.

Keluhan-keluhan pun bermunculan di berbagai platform media sosial. Banyak pengguna membagikan pengalaman mereka tentang kesulitan memenuhi tagihan cicilan tiket konser. Unggahan-unggahan ini biasanya berisi penyesalan telah membuat keputusan finansial impulsif, disertai peringatan untuk netizen lain agar tidak mengulangi kesalahan sama.

Narasi yang berkembang adalah ironi antara kebahagiaan menonton konser yang hanya berlangsung beberapa jam dengan beban utang yang harus ditanggung selama berbulan-bulan berikutnya. Dengan demikian, fenomena habisnya tiket konser mahal di tengah keluhan atas harga dan tingkat UMR rendah bukanlah sebuah kontradiksi sederhana. Namun sebuah peristiwa kompleks, di mana loyalitas *fandom*, strategi keuangan pribadi, keberagaman ekonomi, dan kemudahan teknologi pembayaran bertemu.

Keberhasilan penjualan tiket tidak serta merta mengindikasikan bahwa harga tersebut terjangkau bagi semua orang, tetapi lebih menunjukkan bahwa terdapat cukup banyak orang dalam populasi yang, dengan berbagai cara dan pengorbanan, mampu dan bersedia untuk mencapai angka tersebut. Kendatipun dilakukan dengan tangis dan derita. Aduh!



Ilustrasi konser Blackpink di Jakarta, Sabtu (1/11/2025).