



NFT: Enabling the Virtual World (The Rise of Digital Society)
LINTANG FAJAR N, Dr. Hakimul Ikhwan, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

UNIVERSITAS
GADJAH MADA

NFT: ENABLING THE VIRTUAL WORLD (THE RISE OF DIGITAL SOCIETY)

SKRIPSI



Lintang Fajar Nugrahani

16/394669/SP/27275

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS GADJAH MADA

YOGYAKARTA

2022

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masyarakat kita telah lama beranjak dari alam fisik sebagai realitas tunggal. Istilah 'realitas' memiliki definisi yang lebih kompleks -berkat intervensi teknologi-. Apa yang terjadi secara virtual dapat mempengaruhi alam fisik kita. Beberapa orang menyebutnya *hybrid reality*. Di ruang *hybrid* ini, apa yang terjadi secara virtual semakin mengendalikan alam fisik kita. Jean Baudrillard dalam gagasannya mengenai hiperrealitas berbicara tentang bagaimana 'citra buatan' dari teknologi terasa lebih nyata daripada dunia fisik di sekitar kita lewat hadirnya simbol, kode, citra, dan algoritma. Masyarakat informasi saat ini eksis karena teknologi senantiasa memproduksi dan mereproduksi realitasnya di dunia 'simulasi' atau 'virtual'.

Melalui internet, sosial media seperti Instagram, Facebook, Twitter- dan *e-commerce* seperti Amazon, Shopee, dan Tokopedia, dunia virtual telah mengubah cara kita berinteraksi satu sama lain. Akan tetapi keinginan kita untuk berinteraksi tidak berubah. Dunia 'simulasi' tidak berusaha mensubstitusi kebutuhan kita akan interaksi, akan tetapi menduplikasi apa yang sudah terjadi di dunia fisik dan memindahkannya ke alam virtual.

Fenomena duplikasi yang cukup baru saya jumpai bulan Maret 2021 lalu sebuah karya seni digital berjudul *Everydays: The First 500 Days* karya Beeple terjual dengan harga 69.000.000 USD (setara Rp 982.956.750.000). Terjualnya benda seni dengan harga fantastis tentu bukanlah hal baru. Akan tetapi karya seni digital Beeple ini mendapat sorotan disebabkan karyanya dijual dalam bentuk Non-Fungible Token (NFT).

Kepemilikan NFT dari kolase digital Beeple tidak mencegah objek untuk dilihat atau dibagikan secara bebas, tidak pula membuat kita memiliki hak cipta atas karyanya, dan hanya terbatas pada sertifikat atau pengakuan autentifikasi digitalnya saja (Bloomberg - Are you a robot?, 2021). NFT berusaha menciptakan sistem yang memungkinkan artefak digital diakui sebagai aset nyata yang dapat dikapitalisasi. NFT mencoba menduplikasi konsep kelangkaan (NFTs and the Explosive Rebirth of Artificial Scarcity | Digital Trends, 2021). Karya digital yang selama ini 'sulit dihargai' kini dapat berubah menjadi 'the new Mona Lisa' dan 'the new Salvator Mundi'.

Hingga saat ini bentuk dan kategori benda yang didefinisikan oleh NFT masih terus berkembang mulai dari lukisan digital, meme di internet, cuplikan momen olahraga pebasket



NBA, hingga kutipan twit, dan entah apalagi di masa depan. NFT mendapatkan antusiasme yang tinggi namun pada saat yang sama banyak juga yang bertanya-tanya bagaimana token di internet bisa bernilai uang sama sekali — terutama ketika token tersebut hanya mewakili tanda “kepemilikan” dari artefak online yang dapat diunduh salinannya secara bebas dan gratis. Hari ini jika kita bersosial media, paling tidak sekali dalam sehari Anda akan terpapar berita atau informasi mengenai NFT. Diskusi kuat tentang NFT terbagi menjadi dua kubu besar. Mereka yang pro berbicara bahwa NFT adalah harapan baru untuk dunia terdesentralisasi yang lebih baik dan memberikan kekuatan kepada ‘the people’ yang selama ini dikooptasi *big tech corporation* sementara mereka yang kontra mengejek NFT tidak lebih dari *scam* dan agen bencana lingkungan terbesar sepanjang masa.

Antusiasme dan skeptisisme publik yang sama besarnya ini berakar dari kebaruan definisi aset yang dimungkinkan oleh munculnya NFT. Apa yang mendorong nilai aset yang sebenarnya “hanya” token digital dapat diakui? Siapa yang ikut berperan dalam proses adopsi nilai NFT di virtual *space*? Membedah lebih dalam, saya akan mendalami fenomena ini menggunakan *virtual ethnographic* dan *netnographic*. Pemahaman mengenai bagaimana NFT bekerja dan siapa saja aktor yang berperan di dalamnya akan memberi tahu kita narasi bagaimana manusia menggunakan teknologi untuk melakukan transformasi di dunia virtual.

Selanjutnya, menarik untuk kita tarik pembelajarannya untuk melihat fenomena yang terjadi di Indonesia. Bagaimana NFT memanifestasikan dirinya di masyarakat Indonesia dan bagaimana jejaring *enabler* tersebut mengulurkan tangannya, muncul, masuk, meruak dan mempengaruhi ekosistem NFT di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini bermula dari kegelisahan bagaimana NFT sebagai instrumen tokenisasi aset mempengaruhi cara pandang kita untuk menilai dan mengkapitalisasi sebuah aset. Pemahaman terhadap fenomena ini akan menjawab pertanyaan tentang:

“Bagaimana aktor (*enabler*) mempengaruhi proses transformasi interaksi manusia yang termediasi dalam NFT?”

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan yang mengacu pada perkembangan studi sosiologi kontemporer. Dengan memahami bagaimana NFT yang dijabarkan pada latar belakang di atas menyumbang diskursus transformasi digital khususnya yang berkaitan dengan perubahan



pemaknaan terhadap nilai aset dan kapitalisasi gaya baru yang berkembang di ranah *token economy*.

Kedua, memperkaya diskusi mengenai studi masyarakat digital khususnya dalam implementasi teknologi baru. Topik tersebut butuh lebih banyak dikaji mengingat hal tersebut berpotensi mengubah cara kerja masyarakat di masa mendatang dan mengubah dinamika keilmuan sosiologi sendiri.

1.4 Tinjauan Pustaka

Segmen ini akan memaparkan lebih lanjut penelitian terdahulu yang sudah dilakukan terkait topik yang tercantum pada paparan latar belakang dan problematisasi masalah. Pada bagian menunjukkan bagaimana nilai-nilai sosial dan pengaruh teknologi secara signifikan mengubah dan meleburkan jarak antara dunia nyata dan digital. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang akan memperkaya khasanah pembahasan dalam penelitian ini:

1.4.a Social Contract That Gives Value

Dalam tulisannya *NFT of the Readymade Reverse* Joselit (2021) menjelaskan bagaimana dua konsep yang saling berkebalikan -NFT dengan konsep *readymade*- dapat menjelaskan pada kita proses komodifikasi informasi yang terjadi pada fase *late capitalism*.

Joselit mengambil contoh karya Mike Winkelmann (lebih dikenal dengan nama pena Beeple) yang berjudul *Everydays: The First 5000 Days* dengan karya *readymade* milik seniman asal perancis bernama Marcel Duchamp.

Readymade merupakan ekspresi seni yang berasal dari kejenuhan dan kegelisahan pribadi Duchamp karena karya seni hanya dapat dinikmati oleh indra penglihatan, berfokus pada ketertarikan visual semata dan tidak menstimulasi alam ide atau pikiran (Duchamp, 1956). Seni yang kemudian disebut Duchamp sebagai "seni retina" (Tomkins, 1996, hlm. 159).

Salah satu karya yang menjadi berkontribusi pada konsep *readymade* Duchamp adalah *The Fountain* (1917), dimana ia membeli urinoir, dan kemudian membubuhkan nama palsu sebelum dikirim ke galeri seni. Secara singkat, *readymade* berusaha membuat karya seni dari barang sehari-hari (*mass-produced*) kemudian diberi makna dan cerita yang 180 derajat berbeda dari arti benda tersebut secara umum. Ini memungkinkan semuanya bisa disebut seni selama seniman dapat mengatribusikan idenya di sana.

Readymade merekonstruksi dan mendestabilisasi komunitas seni yang eksklusif dan hanya dikapitalisasi oleh kalangan terbatas. Ia mengubah cara kita memandang benda seni



dengan mengizinkan siapapun menjadi seniman dengan membubuhkan pemikirannya. Benda atau objek yang dipilih hanya dipandang sebagai wilayah material dari peristiwa atau ide yang tidak ada habisnya, yang harus dijelajahi. NFT, kebalikannya, mengklaim properti pribadi yang dapat diakses publik secara luas menjadi eksklusif dan mudah untuk dikapitalisasi. NFT adalah manifestasi komodifikasi informasi dalam bentuk kontrak yang digunakan untuk menghargai nilai ekonomi sebuah properti di atas pengalaman non materialnya. *Berdampingan, Readymade dan NFT* menggenapi lingkaran komodifikasi informasi di era kapitalisme.

1.4.b Blockchain Technology and the Configuration of Social Reality

Dalam tulisannya, Reijers dan Coeckelbergh (2018) berusaha menyanggah pendapat yang menyatakan bahwa manusia menggunakan teknologi (*blockchain*) untuk tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Sebaliknya, teknologi (*blockchain*) justru dapat secara aktif membentuk dunia sosial kita.

Penelitian ini berusaha mengkonstruksi kerangka ontologis dari narasi teknologi. Tujuannya tidak lain menunjukkan bagaimana teknologi dapat mengkonstruksi atau mengkonfigurasi realitas sosial manusia. Dalam melakukan refleksi kritis, keduanya menggunakan pendekatan yang digunakan oleh John Searle yaitu *post phenomenological* -dalam aplikasinya pada aspek sosial dunia sains dan teknologi- dan teori naratif Ricoeur.

Dalam mendefinisikan peran teknologi dalam realitas kita, Reijers dan Coeckelbergh melakukan serangkaian *reasoning*. Pertama, dengan menunjukkan bagaimana teknologi *blockchain* secara aktif melakukan konfigurasi transaksi secara masif dan transparan dengan tetap menjaga privasi hanya pada pihak yang bertransaksi. Konfigurasi ini dapat terjadi karena sistem teknologinya yang memungkinkan untuk melakukan pencatatan rigid terhadap data berbentuk identifikasi subjek (alamat, identitas, kontrak) dan identifikasi proses transaksi (timeline waktu dan jejak transaksi). Kedua, menunjukkan bagaimana cara teknologi ini melakukan konfigurasi mampu menggantikan kebutuhan manusia **akan interaksi dan validasi** dengan *automated coding*. Ketiga, menggali bagaimana interpretasi publik terhadap teknologi *blockchain* dan partisipasinya di dalam sana.

1.4.c Price: The Interweaving of Symbolic Relations

Studi mengenai makna simbolik dari dibalik terciptanya sebuah harga salah satunya ditulis oleh Olav Velthuis (2013). Velthuis membahasnya secara mendalam dalam sebuah penelitian dengan objek studi kasus benda seni berjudul *Symbolic Meanings of Prices:*



Constructing the Value of Contemporary Art in Amsterdam and New York Gallerie. Studi tersebut penting untuk dicermati dengan seksama, meskipun tidak secara langsung berbicara mengenai NFT, paling tidak lewat pengetahuan ini peneliti berusaha mencari tahu bagaimana harga dapat terbentuk dengan mengkontekstualisasi temuan Velthuis pada konteks harga karya digital pada kasus NFT.

Velthuis menggunakan pendekatan kualitatif dengan melakukan interview terhadap *art dealers* di kota Amsterdam dan New York sebagai salah dua pusat perdagangan karya seni kontemporer. Selain itu, sumber-sumber lain seperti rekaman *interview* dengan seniman, pengoleksi karya seni, dan review majalah digunakan untuk melengkapi materi. Penelitian ini terbatas pada penjualan karya seni di pasar pertama dimana karya seni untuk pertama kalinya diperjual belikan sejak dibuat oleh sang seniman. Velthuis menekankan bagaimana penentuan harga barang seni adalah anomali dari norma penentuan harga. Melekat padanya muatan simbolik dari budaya yang melekat.

Harga tak hanya dipandang sebagai nilai moneter, akan tetapi representasi makna simbolik. Bercerita tentang identitas si kolektor, reputasi seniman, nilai artistik yang terbentuk dari cerita yang beredar, dan visi dari perantara seni (museum, rumah lelang) yang bermuara pada rasionalisasi nilai ekonominya.

Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan Jens Beckert (2011) berjudul *State of Art* menceritakan bagaimana terbentuknya harga adalah hasil dari kekuatan sosial dan politik. Kekuatan ini dilihat dari pendekatan jaringan, kelembagaan dan budaya. Nilai sebuah karya seni atau seniman berasal dari proses penilaian intersubjektif dan pemberian reputasi oleh para ahli di bidang seni, seperti pemilik galeri, kurator, kritikus, dealer seni, jurnalis, dan kolektor, yang membantu membangun reputasi artistik suatu karya atau seniman.

Kedua penelitian di atas memiliki muatan pesan yang sama. Menunjukkan kompleksitas komponen penyusun harga sebuah karya seni yang terjalin dalam subjektivitas dan pembentukan reputasi yang dipengaruhi oleh aktor-aktor yang terlibat. Masing-masing komponen mewakili simbol sosial yang berbeda-beda.

Kedua penelitian di atas sama-sama berangkat dari kesepakatan atas teori Durkheim jika terbentuknya harga hanya dapat dipahami dengan melihat pada institusi sosial, jaringan, dan kerangka makna yang menyusun pasar dan lalu mempengaruhi keputusan individu—dengan demikian mempengaruhi harga (DiMaggio dan Powell, 1991; Fligstein, 2001a, hlm.67–69; Bourdieu, 2005).

1.5 Pendekatan Teori



Penelitian ini menggunakan pendekatan konsep *social life of money* yang ditulis oleh Nigel Dodd (2014) pada buku dengan judul yang sama. Uang dipandang sebagai indikator sebuah proses yang merupakan refleksi dari perubahan yang terjadi di masyarakat. Bagaimana ia berubah hari ini tidak lepas dari transformasi digital yang dipengaruhi oleh krisis moneter tahun 2008, berkembangnya teknologi, berkembangnya *quaternary sector economy* yang membawa kita ke ranah *capitalism* baru di mana keduanya saling berjalani menjadi penggerak kekuatan ekonomi yang dapat dibedah menggunakan konsep *network society*. Konsep *network society* digunakan untuk mengkaji berbagai aspek yang membangun wacana mengenai *hybrid world* dimana batasan antara dimensi fisik dan virtual semakin melebur (Jordan, 2009).

1.5.1 The Social Life of Money – A Progressive Movement of Society

Dalam bukunya *The Social Life of Money* (2014), Dodd menunjukkan keterbukaannya dalam melihat berbagai bentuk dan jenis uang – dulu, sekarang, dan yang dibayangkan – secara tidak langsung membuatnya sadar akan adanya pluralisme moneter yang sangat berpengaruh terhadap perspektifnya tentang uang.

Gagasan utamanya ialah uang sebagai representasi proses yang terjadi terus menerus dalam masyarakat. Berbeda dengan pemikiran sosial klasik yang cenderung menganggap uang sebagai kejahatan dan menyoroti kemampuan uang untuk mengancam dan mengikis masyarakat dan budaya, Dodd menyoroti nilai progresifnya. Nilai uang ditentukan dari hubungan sosial yang dinamis, selalu berubah, dan diinterpretasikan ulang oleh yang menopang peredarannya.

Dalam menyoroti dinamika uang ini, Dodd memperluas jangkauan diskusi dengan menghubungkannya dengan pemikiran dan teori yang secara umumnya dianggap di luar cakupan teori tentang uang. Meskipun Dodd memposisikan dirinya pada pendekatan sosiologis, ia banyak mengadaptasi konsep-konsep ekonomi, filosofis, antropologis, linguistik dan disiplin lainnya yang mungkin sebelumnya tidak pernah terlintas. Dengan cara ini, Dodd membuka dan memperluas pemahaman kita tentang uang.

Salah satu yang banyak mempengaruhi pemikiran Dodd adalah konsep filosofi uang Georg Simmel, yang membuatnya menjelajahi uang sebagai “klaim atas masyarakat”. Uang secara aktif (kembali) diciptakan oleh penggunaannya. Ia bukanlah entitas objektif, ia memiliki dimensi sosial yang bertumpu pada kerangka politik, ekonomi, dan sosial yang mendasarinya. Dalam praktiknya ia dapat memiliki banyak wajah, entah dalam wujud logam mulia, catatan kertas, entri buku, *bit* dan *byte*, -asal disepakati memiliki nilai dan makna pada hubungan



sosial di antara penggunaanya. Baginya tidak ada satu bentuk uang pun yang dapat melayani semua tujuan masyarakat pada saat yang bersamaan.

1.5.2 Network Society – The Social Structure of Digital Age

Castells (2004a; 2009) mendefinisikan *network* sebagai kumpulan node yang saling berhubungan, yang memproses aliran keuangan dan nilai lainnya dengan bantuan teknologi baru. *Network* adalah struktur komunikasi dan kekuasaan yang kompleks dan dapat mengkonfigurasi dirinya sendiri ketika terjadi perubahan. Sifat dinamis *network* membuatnya fleksibel, terukur dan bertahan, yang dibutuhkan dalam lingkungan tekno-ekonomi yang terus berubah. (Castells, 1996; lih. Tampere, 2011).

Castells menyimpulkan bahwa "fungsi dan proses dominan di era informasi semakin terorganisir di sekitar jaringan." Paradigma teknologi informasi yang baru memberikan dasar bagi penyebaran jaringan yang meluas ke seluruh masyarakat.

Dalam *network society*, kekuasaan tidak lagi dikendalikan oleh institusi, organisasi, atau pengontrol simbolik. Hal ini tersebar dalam jaringan global kekayaan, kekuasaan, informasi, dan gambar, yang beredar di sekitar lanskap variabel. Sebuah budaya baru dibentuk oleh jaringan di mana ruang arus melampaui ruang tempat. Menurut Castells, ruang tidak dapat dipisahkan dari waktu. Sebuah ruang arus menghasilkan waktu yang tak lekang oleh waktu. Bersama-sama, ruang arus dan waktu yang tak lekang oleh waktu menghasilkan budaya "virtualitas nyata", melalui sistem makna terkodifikasi yang menjadi kenyataan. Sebuah konsep yang sejalan dengan gagasan Baudrillard tentang simulasi dan simulacra.

1.5.3 Reflection of Theory Approach

Berdasarkan konsep yang telah ada sebelumnya, jelaslah bahwa untuk memahami topik penelitian ini kita perlu melihat secara seksama konsep NFT, sistem dan jaringan yang membentuk konsep tersebut untuk eksis dalam masyarakat yang lebih luas. Dalam rangka memahami keduanya, ada satu pertanyaan yang perlu kita tanyakan, *hal apa saja yang membuat dunia bergerak ke sana?* Atau jika kita parafrasekan ulang, *siapa yang menggerakkan dunia?* Jawabannya jelas - manusia.

Manusia seperti apa yang ingin saya ketahui dalam tesis ini? Dengan memahami *the human beyond the technology, beyond the technical aspects of it, we are looking at motives, intention, and action that later affect the whole system*. Konsep harga dan uang (Price: The Interweaving Symbol of Relation) hanyalah alat bagi kita untuk melihat dan melihat dinamika manusia dan konfigurasi sosial di baliknya (The Social Life of Money).



Untuk memahami NFT, sangat penting untuk memahami *enabler* yang mendorong terjadinya dinamika di ruang virtual.

1.6 Metode Penelitian

Berdasarkan paparan latar belakang di atas, penelitian ini akan menggunakan pendekatan *virtual ethnography*. Penggunaan dua metode ini dimaksudkan untuk memahami bagaimana tokenisasi aset dalam bentuk NFT dikonstruksi.

“The label “virtual ethnography” includes a broad range of methodological approaches aimed at answering the complexities of the object of research and the different ways in which this object has been constructed. Virtual ethnographers, ethnographers of the Internet or of cyberspace are faced with the need to answer very pressing questions such as how to use heterogeneous data (text, audiovisual data, etc.) in their analysis, or how to combine research in front of the screen and in the virtual field. A perennial point of tension lies between the apparent ease of data collection and the difficulty of getting access and participating in the field (Daniel Domínguez, Anne Beaulieu, Adolfo Estalella, Edgar Gómez, Bernt Schnettler & Rosie ReadCurrent 2007, p. 1).”

Virtual ethnography secara spesifik dimaksudkan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin artefak digital yang heterogen (teks, gambar, informasi transaksi, dll) yang dibutuhkan dengan berbagai cara yang mungkin dilakukan.

Digital ethnography begins with the idea that the “digital has become a part of the material, sensory and social worlds that we inhabit” (Pink et al. 2016, p. 7) and, hence, must be an integral feature in most forms of ethnographic research. Furthermore, this approach helps takes notice of how the digital is increasing, reducing, and transforming our socio-political life and agency in our social worlds (Syed Omer Husain, Alex Franklin, Dirk Roep, 2020).”

Pink (2016) mendefinisikan digital sebagai *new fields* yang merupakan gabungan antara material, sensori/rasa, dan sosial. Ditekankan oleh Husain, Franklin, dan Roep, peneliti harus dapat mengintegrasikan ketiga komponen penyusun *digital fields* ke dalam eksplorasinya.



Penggunaan *qualitative* mendasarkan pada kebutuhan pencerahan akan data yang lebih dapat dijawab menggunakan pendekatan kualitatif ketimbang kuantitatif dalam membaca dinamika interaksi dan simbol seperti: mengetahui proses daripada struktur, perubahan dari waktu ke waktu daripada snapshot, ikatan yang muncul daripada yang sudah mapan.

1.6.1 Teknik Pengumpulan Data: “Following the Data: Timeline and People”

Penelitian ini akan membedah fenomena transaksi dan perpindahan tangan aset digital. Topik ini merupakan persimpangan dari studi masyarakat digital, *social networks*, dan ekonomi. Untuk dapat memahami peristiwa ini dibutuhkan teknik pengumpulan data yang holistik. Pendekatan multi situs merupakan yang paling relevan untuk digunakan. Seperti dikutip sebagai berikut:

Multi-sited research is an approach that allows researchers to track people, objects, metaphors, narratives, biographies and conflicts by tracing connections, partnerships, relationships, conjunctions, and juxtaposition through space (Marcus, 1995).

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri relasi data dari berbagai sumber dan sudut pandang. Dalam kasus ini, peneliti membagi dua arena eksplorasi yaitu global dan nasional (lingkup Indonesia). Pada bagian pertama peneliti memulai observasi dari komunitas, dan individu-individu yang paling keras suaranya dan bertanya di bidang NFT. Kriterianya adalah sebagai berikut: (1) sering muncul di media; (2) berperan menaikkan percakapan NFT di digital (dilihat dari *google trends*), dan (3) aktif dibanyak *platform* untuk mengkomunikasikan NFT. Pemetaan *platform* eksplorasi dan observasi berdasarkan hasil observasi awal dengan mengikuti garis interaksi dan informasi yang dibagikan subjek melalui media sosialnya.

Masing-masing arena eksplorasi bercerita tentang banyak hal yang saling melengkapi satu sama lain berikut penjelasannya: (1) Media sosial sebagai arena subjek berinteraksi digunakan untuk melihat pola interaksi, mendapatkan informasi terbaru dari subjek, dan pola hirarki serta relasi antar satu subjek dengan subjek lainnya; (2) Market Place NFT digunakan untuk mencari tahu dinamika dan kekuatan NFT dari subjek yang berperan sebagai kreator, dan riwayat pembelian dari subjek yang berperan sebagai investor atau kolektor yang pada akhirnya bisa memberitahu kita fenomena dinamika pergerakan harga dan produk NFT yang



terkait dengan subjek; (3) Website dan Youtube digunakan untuk mencari tahu informasi yang lebih privat dan tersirat yang biasanya tidak ditampilkan di media sosial seperti *track-record*, portofolio pekerjaan, portofolio investasi, dan informasi lainnya; (4) Berita Media digunakan untuk mengukur volume percakapan dan pergerakan wacana di ranah publik berdasarkan jumlah dan narasi yang kerap ditampilkan; (5) Paper atau Analysis diakses untuk mendapatkan pemahaman yang lebih lengkap dan holistik mengenai analisa-analisa fenomena dan produk NFT di pasaran serta mencari sumber referensi silang dari penelitian terdahulu yang secara konsep mendukung pemahaman mengenai topik terkait; (6) Google Trends digunakan sebagai mekanisme kontrol dan melihat dampak dari masing-masing kejadian di dunia NFT terhadap wacana NFT secara umum di ruang digital; (7) Google Alert digunakan sebagai alarm dan mekanisme kontrol untuk mendapatkan berita terbaru mengenai apa yang terjadi di dunia NFT agar konteks dan subjek yang di observasi selalu relevan. Penggunaan Google Alert juga membantu peneliti tidak kehilangan jejak akan fenomena yang terjadi karena dinamika yang begitu cepat berubah; (8) Discord *group* untuk melihat bagaimana *close-community* di NFT bekerja dibandingkan dengan ruang *open-community* di Twitter.

Tabel 1.1 *Mapping* berdasarkan subjek bagian 1 (komunitas dan individu)

Kelompok	Subjek Observasi	Peran	Media Sosial	Marketplace NFT	Website/YouTube	Berita Media	Paper atau Analisis	Google Trend dan Alert	Discord Group
Komunitas belajar	IndoNFT	Media dan komunitas	v	-	-	v	-	-	v
Individu (Indonesia)	Muda Cuma Sekali	Influencer, Kolektor, dan kreator	v	-	v	v	-	v	-
	Luckchan	Investor	v	-	v	v	-	v	-
	Nashir	Investor	v	-	v	v	-	v	-
	Prasdiman	Investor	v	-	v	v	-	v	-
	Arnold Poernomo	Investor, Influencer	v	-	v	v	-	v	-
	YBRap (Reza Arap)	Influencer, Kolektor, dan kreator	v	v	-	v	-	v	-
	Santoso Eth	Pendiri komunitas NFTIndo	v	-	-	v	-	v	-



Individu (Global)	Mike Shinoda	Influencer, Kolektor, dan kreator	v	v	-	v	-	-	-
	Neymar Jr.	Kolektor dan Investor	v	-	v	v	-	v	-
	Metakovan	Investor, Kolektor, Platform Investor & Owner	v	-	-	v	-	v	-
	Elon Musk	Platform Investor	v	-	-	v	-	v	-
	Jack Dorsey	Investor, Kolektor, Platform Investor & Owner	v	v	-	v	-	v	-
	Chris Torres	Influencer, Kolektor, dan kreator	v	v	v	v	-	v	-
	Gary Vee	Influencer, Kolektor, dan kreator, Investor Platform	v	v	v	v	v	v	v

Pada bagian *mapping* observasi berdasarkan subjek di bagian dua lebih fokus kepada project NFTnya sendiri. *Analytic tools* NFT yang berkoresponden dengan data *marketplace* NFT ditambahkan untuk membaca data dengan lebih baik. Pada bagian ini subjek yang diteliti tidak semuanya bisa diakses Discordnya dikarenakan nature dari komunitasnya yang lebih eksklusif dan membutuhkan syarat keanggotaan NFT itu sendiri.

Tabel 1.2 *Mapping* berdasarkan subjek bagian 2 (project NFT)

Kelompok	Subjek Observasi	Media Sosial	Marketplace NFT	Website/Youtube	Berita Media	Analytic Tools NFT	Discord Group
Project NFT	Crypto Punks	v	v	v	v	v	-
	NBA Top Shot	v	v	v	v	v	-
	NyanCat	v	v	v	v	v	-
	Beeple Everyday	v	v	v	v	v	-



Ghozali	v	v	-	v	v	v
Everyday	v	v	v	v	v	v
s						
Vee						
Friends	v	v	v	v	v	v
Bored						
Ape Yach	v	v	v	v	v	-
Club						
8Sian	v	v	v	v	v	-
Real						
Pepe	v	v	v	v	v	-
Tweet						
Jack	v	v	-	v	v	-
Dorsey						

1.6.2 Pemrosesan dan Analisis Data: Exploratory Approach

Eksplorasi data menjadi tujuan utama dalam penelitian ini. Subjek yang akan dianalisis merupakan bagian dari jalinan yang kompleks dari media, market NFT, artist/kreator, dan investor atau buyer. Berdasarkan hal tersebut, relevansi pendekatan yang paling sesuai adalah *exploratory*.

“Social science exploration is a broad-ranging, purposive, systematic, prearranged undertaking designed to maximize the discovery of generalizations leading to description and understanding of an area of social or psychological life. Such exploration depends on the standpoint taken, a distinctive way of conducting science—a scientific process—a special methodological approach (as contrasted with confirmation), and a pervasive personal orientation of the explorer. The emergent generalizations are many and varied; they include the descriptive facts, folk concepts, cultural artifacts, structural arrangements, social processes, and beliefs and belief systems normally found there (Voggt, 1999. P. 105).”

Voggt (1999) berargumen metode *exploratory* bertujuan untuk memaksimalkan generalisasi yang mengarah pada deskripsi dan pemahaman tentang area kehidupan tertentu, dalam konteks penelitian ini area digital. Eksplorasi dilakukan dengan lebih bebas dimungkinkan dengan menggunakan metode *following the data, timeline, and people*.

1.6.3 Penyajian Data: Grafik, Tabel, dan Visual Representation



Memahami NFT terbilang cukup sulit karena berbagai faktor. Mulai dari memahami teknologinya yang terbilang baru, polarisasi pendapat antara yang pro dan kontra di ruang-ruang diskusi virtual, dan bagaimana definisi dan konsepnya penuh dengan kata teknis yang sulit dimengerti seperti: *blockchain*, *ledger*, kontrak pintar, *minting*, *e-wallet*, dll. Oleh sebab itu, selain narasi tulis, tesis ini akan dilengkapi dengan narasi gambar dan grafik yang diharapkan dapat menavigasi topik dengan lebih baik.

Narasi ditulis dalam bentuk linimasa dan disertai dengan studi kasus konsep yang dijabarkan untuk membantu apa yang terjadi di dunia NFT dari awal. Pada tulisan ini nantinya akan banyak ditemukan istilah-istilah khas dunia NFT.

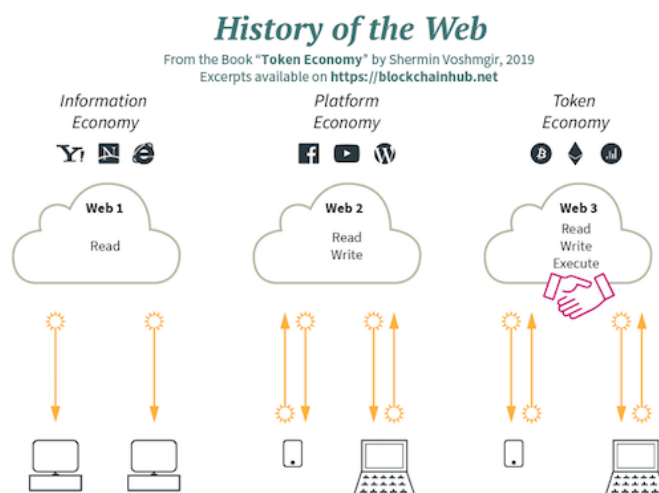
BAB 2. BERPINDAH DARI DUNIA FISIK KE VIRTUAL

Pada bab ini peneliti akan menjabarkan subjek dan konteks penelitian. Penjabaran dimaksudkan agar pembaca dapat memahami secara utuh topik dari penelitian ini yaitu bagaimana jaringan internet memungkinkan dunia fisik kita hari ini ‘berpindah’ ke ranah virtual. Kata kunci dari memahami topik penelitian ini terletak pada tiga konsep utama: (1) Evolusi internet, (2) *Token economy*, dan (3) Evolusi NFT.

2.1 The Evolution of Internet

Terlebih dahulu kita harus mundur ke belakang dan memahami bagaimana generasi internet kita berkembang dari masa lalu, masa kini, dan di masa yang akan datang. Hanya dengan memahami perubahan yang terjadi ini, kita bisa memahami, apa aspek kebaruan yang dibawa oleh ekosistem *blockchain* di mana NFT berada.

Sejarah perkembangan internet telah membawa kita ke tiga era ekonomi yang berbeda. Generasi pertama internet yang kita sebut sebagai web 1.0 merevolusi cara kita mengonsumsi informasi, web 2.0 merevolusi bagaimana kita berinteraksi di dalam jaringan, dan web 3.0 merevolusi bagaimana data atau informasi kita dikelola.



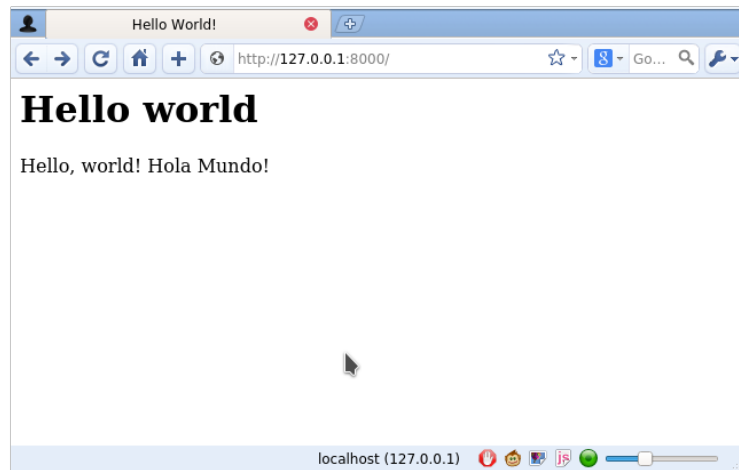
Gambar 2.1 Sejarah perkembangan web

2.1.1 Web 1.0: The Past, “Information Era”

Internet generasi pertama hadir ketika jalinan komunikasi kabel (telepon dan televisi) merupakan satu-satunya cara bertukar informasi jarak jauh. web 1.0 mendemokratisasi informasi. Sebuah bisnis tidak harus membayar slot iklan di billboard, surat kabar, dan



televisi. Cukup dengan membuat sebuah website saja dengan biaya yang lebih murah -jika tidak bisa dibilang gratis sama sekali-.



Gambar 2.2 Website Hello World! yang banyak bermunculan di era kemunculan web 0.1

Butuh waktu sepuluh tahun sampai akhirnya teknologi web 1.0 dapat diterima dan kita mulai dapat mendayagunakan kelebihan jaringan internet. Pada suatu titik, gerakan membuat website naik, meskipun tidak semua orang mengerti apa fungsi dan guna dari website. Website diterima sebagai custom yang sifatnya diterima sebagai ‘mandatory’ atau harus dimiliki dahulu -seperti kita dengan akun media sosial hari ini-. Pada era ini, banyak kita dapati website yang hanya berisikan kalimat “Hello World”.

Aliran informasi yang deras ini melahirkan kebingungan akan bagaimana mencari informasi yang sesuai di lautan informasi yang sangat banyak. Puncak era informasi ini ditandai dengan hadirnya *search engine* (google, bing, yahoo, msn). *Search engine* hadir untuk memudahkan pencarian informasi secara terstruktur sesuai kebutuhan.

2.1.2 Web 2.0: The Present, “Interaction Era”

Internet generasi kedua lazim juga disebut sebagai *front-end revolution*. Pada satu ruang kita tidak hanya menjadi ‘penulis saja’ atau ‘pembaca’ saja, melainkan keduanya secara bersamaan. Interaksi dilakukan dua arah dan real time. Konsep *co-creation* lahir. Terbentuknya *platform* informasi dengan prinsip *peer-to-peer contributor* seperti Wikipedia, media sosial seperti Facebook, dan *commerce* seperti Amazon menjadi penanda era ini.



TYPE OF DATA GATHERED



METHOD OF TRACKING DATA



*Courtesy of DataFloq

Gambar 2.3 Perbedaan metode pengambilan data di web 2.0 dan di web 3.0

Interaksi timbal balik secara *real time* dipermudah. Harga yang harus dibayar dari kemudahan yang ditawarkan oleh web 2.0 adalah memberikan informasi atau data kita (identitas, kesukaan, kebutuhan, *history of use*) kepada perusahaan yang platformnya digunakan. Data yang menjadi sumber capital perusahaan. Antara lain dengan menjual layanan iklan, mempromosikan produk atau layanan, maupun untuk kepentingan politik seperti pembentukan opini publik di masa kampanye pemilihan kepala daerah dan presiden.

2.1.3 Web 3.0: The Future, “Rights and Values Era”

Jika web 2.0 disebut sebagai *front-end* revolution, web 3.0 adalah *backend* revolution. Ada tiga prinsip yang berubah merespon permasalahan yang ditemui di web 2.0 hari ini. Pertama, mengubah struktur data kita dengan tujuan memberikan individu lebih banyak kendali atas data pribadinya. Kedua, menyediakan lapisan tata kelola (*government layer*) di internet yang saat ini tidak kita miliki dengan sistem kontrol *peer to peer*. Terakhir, merevolusi bagaimana kita memandang uang dan *value creation*.

Internet yang kita miliki saat ini bekerja dengan logika bahwa setiap komputer di dalam jaringan beroperasi sendiri-sendiri. Internet dalam konteks web 1.0 dan 2.0 digunakan oleh dua atau lebih komputer untuk berkomunikasi satu sama lain. Komputer akan mengirim paket data dari satu komputer ke komputer lain. Setiap kali pertukaran informasi itu terjadi, salinan data akan dibuat dan dikirim dari komputer satu ke komputer lain. Dengan kata lain, setiap kali data ditransfer, kita kehilangan kendali dan kepemilikan atas data.

Kita tidak dapat melihat apa yang terjadi pada data dibalik server yang dimiliki platform/perusahaan teknologi penyedia jasa. Selain permasalahan privasi, cara ini mempengaruhi *backend* bisnis e-commerce dan platform teknologi lain di web 2.0 menjadi mahal dan tidak efisien. Baik dari segi sumber daya manusia maupun *resources*nya.

Web2

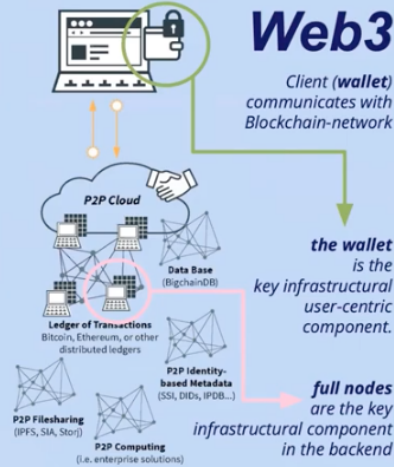
Client
communicates
with Server



Source: "Token Economy - How the Web3 reinvents the Internet" Shermin Voshmgir, 2020

Web3

Client (**wallet**)
communicates with
Blockchain-network



Gambar 2.4 Perbedaan sistem sentralisasi dan desentralisasi di web 2.0 dan 3.0

Blockchain networks sebagai *backbone* dari web 3.0 memperkenalkan sistem *backend peer-to-peer* untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. *Blockchain* memungkinkan semua komputer dalam jaringan memiliki tingkat informasi yang sama. *Blockchain* berasumsi bahwa setiap orang itu korup dan untuk memastikan setiap komputer bekerja sesuai aturan, diterapkan adanya insentif ekonomi yang selanjutnya akan kita sebut sebagai token. Transaksi dan aktivitas ekonomi yang dilakukan di *blockchain network* pun menggunakan token sebagai insentif ekonomi.

Meskipun web 3.0 tidak mengubah cara kita menggunakan layanan yang ada di internet (*frontend*), ada satu komponen utama yang ditambahkan sebagai konsekuensi dari perubahan yang terjadi di *backend*, yakni *wallet* atau dompet yang terhubung dengan ekosistem *blockchain*. *Wallet* merupakan kesatuan dari identitas virtual kita dan tempat dimana token atau uang disimpan. *Wallet* sebagai *unique nodes* tidak hanya menjadikannya sebagai identitas, tetapi juga memiliki peran sebagai *key*, *address*, dan *asset management* virtual kita.

2.2 Token Economy

Token economy dalam konteks web 3.0 membahas bagaimana token digunakan di ekosistem *blockchain* termasuk bagaimana mendefinisikan apa itu token, distribusi token, dan bagaimana token digunakan untuk memberi insentif ekonomi. Konsep ini penting dipahami karena di sinilah potensi komodifikasi yang dimungkinkan sistem web 3.0 bisa berjalann.

2.2.1 Token

Token sendiri bukan istilah baru yang muncul akhir-akhir ini. Menurut Oxford Languages definisi token adalah:

- (1) *a thing serving as a visible or tangible representation of a fact, quality, feeling, etc*
- (2) *a voucher that can be exchanged for goods or services, typically one given as a gift or offered as part of a promotional offer.*

Token berfungsi sebagai alat tukar baik untuk mendapatkan akses terhadap sesuatu (tiket, *qr code*, *membership*, *ID card*). dan digunakan sebagai insentif dalam *behavioral economics* dan *behavioral science* ketika kita melakukan atau tidak melakukan aktivitas tertentu (*loyalty point*, *rewards*) yang didefinisikan (Shermin Voshmgir, 2021).

Token Rights

SMITH + CROWN

Digital tokens being sold in ICOs confer a combination of rights to holders

Payment Token is the only way to make payments on the network  GNT are the only way to pay for services on the network.	Access Token provide the ability to use the platform itself  LSK is needed to pay transaction fees on the network.	Profit or Fee Holders get a portion of revenues or profits  Holders of TIME earn the fees from Labour-hour tokens.
Contribution Tokens needed to play certain roles on the platform or app  1ST allow holders to determine who won gaming matches	Block Creation Tokens determine who secures the blockchain  KMD holders select the notary nodes who secure the blockchain	Governance Holders influence features, project direction, protocol details, or more  DGD holders determine how DigixDAO funds are spent

Gambar 2.5 Fungsi token di ekosistem *blockchain*

Lebih jauh Shermin Voshmgir dalam bukunya *Token Economy* (2020) menjelaskan bagaimana konsep token yang diaplikasikan dengan teknologi baru web 3.0 memungkinkan token didefinisikan dengan cara yang baru. Token dalam web 3.0 direpresentasikan dengan *smart contracts* yang dikelola secara kolektif di dalam *distributed ledger network*. Token menurut Voshmgir mewakili empat jenis hak yakni: (1) *access rights*; (2) *management rights*; (3) *ownership rights*; dan (4) *voting rights*. Token di web 3.0 dapat juga disebut sebagai mata uang kripto (*cryptocurrency*). Berdasarkan nilai intrinsiknya, token dibagi menjadi dua yakni *fungible token* dan *non-fungible token* atau NFT.



2.2.2 Non-Fungible Token (NFT)

Satu kata kunci yang harus dipahami untuk mengerti konsep Non-Fungible Token (NFT) adalah *fungible* dalam bahasa Indonesia memiliki arti *dapat dipertukarkan*. Mata uang kripto seperti bitcoin dan ether adalah *fungible token*. Lukisan Beeple adalah *non-fungible token*. Sellembar uang seratus ribu rupiah merupakan memiliki nilai intrinsik yang sama dan dapat dipertukarkan. Tapi sellembar uang seratus ribu rupiah yang ditandatangani oleh Kim Namjoon (*leader boy group* BTS) adalah *non-fungible*, satu-satunya, unik, dan harganya tidak lagi hanya seratus ribu rupiah bisa jadi satu rupiah, bisa jadi dua puluh juta rupiah. Tergantung penawaran atau harga yang sanggup orang keluarkan demi mendapat tanda tangan tersebut.

Secara singkat NFT dapat didefinisikan sebagai sertifikat digital yang memungkinkan pembuktian kepemilikan atas barang (baik digital – gambar, file suara, atau teks-, maupun non digital) dengan menempelkan kode unik sebagai *signifier* atau pembeda yang berfungsi sebagai tanda tangan digital. Nilai NFT tergantung (dapat berubah sesuai) nilai, makna simbolis, dan persepsi publik yang menyokongnya.

2.3 The Evolution of Non-Fungible Token

Sejak kemunculan pertamanya pada tahun 2014, komunitas NFT telah banyak berubah baik dari ragam bentuk ‘karya’ yang bisa didefinisikan NFT, volume aktor yang terlibat, dan tingkat kesadaran serta penerimaannya di kalangan masyarakat digital.

Penelusuran lini masa NFT penulis mulai dari sebuah website beralamat di <https://nfttimeline.com>. Situs ini memaparkan lini masa perkembangan NFT terutama dalam kaitannya dengan seni dan musik. Dilihat dari lini masa perkembangannya, kita dapat membagi fase perkembangan NFT ke dalam tiga babak mulai dari awal kemunculan, awal kenaikan dan fase mulai memasuki pasar publik mainstream. Berikut fase perkembangannya:

2.3.1 Babak 1 (2014-2017): Early History

NFT pertama *diminted* pada tahun 2014 adalah animasi segi delapan karya Kevin McCoy yang berjudul Quantum (Sotheby’s, 2014). Pada rentang ini ekosistem NFT pertama dibangun di Bitcoin dan Ethereum -salah dua ekosistem *blockchain* terbesar-. Jenis NFT yang muncul pada periode ini antara lain lukisan dan animasi grafis digital, karya seni lukis *on paper*, meme, *cards game*. Meme terkenal Rare Pepe merupakan salah satu yang pertama kali diadopsi oleh komunitas NFT.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

NFT: Enabling the Virtual World (The Rise of Digital Society)
LINTANG FAJAR N, Dr. Hakimul Ikhwan, S.Sos., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2022 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Rare Pepe Directory

Rare Peper on the Bitcoin Blockchain.

Home

About US

What is PepeCash

Submit Your Rare Pepe

Rare Pepe Wallets

Series 1

Series 2

Series 3

Series 4

Series 5

Series 6

Series 7

Series 8

Series 9

Series 10

Series 11

Series 12

Series 13

Series 14

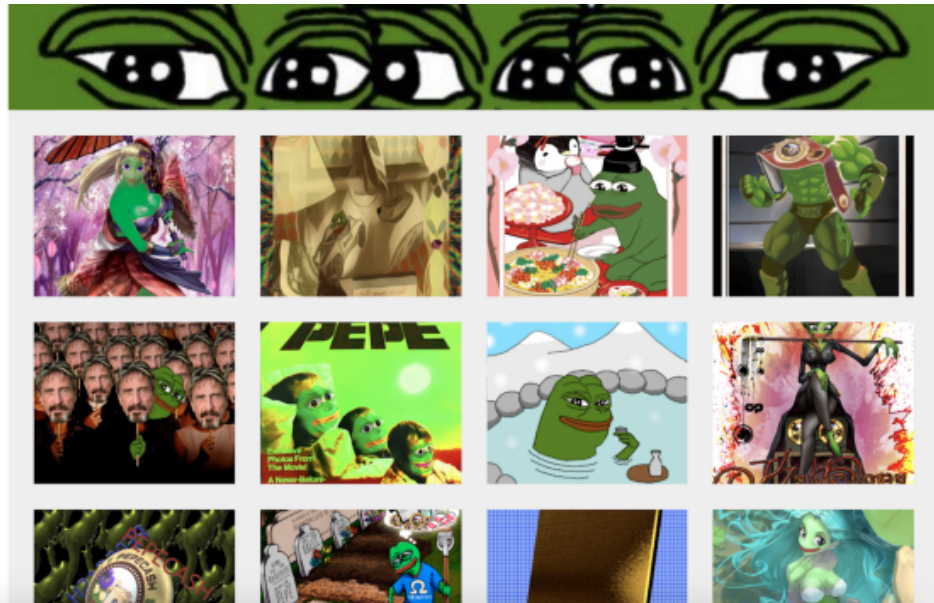
Series 15

Series 16

Series 17

Series 18

Series 19

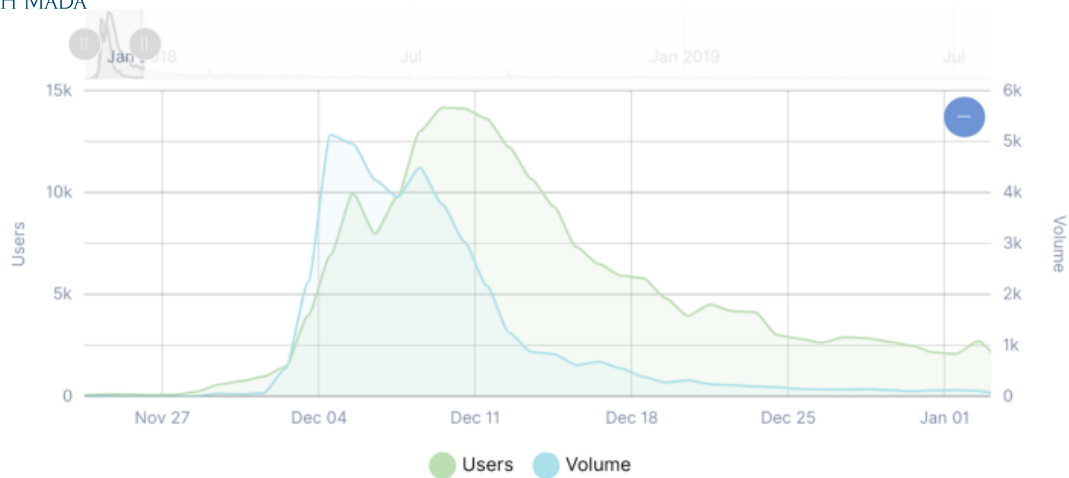


Gambar 2.6 Rare Pepe merupakan *meme* pertama yang berhasil dikomersialisasi dengan model NFT

Masuknya Rare Pepe di tahun 2017 menginspirasi *creative-technologist* John Watkinson dan Matt Hall menciptakan 10.000 karakter unik yang dinamai Cryptopunks. 10.000 karakter ini dibagikan dan dapat diklaim secara gratis di Ethereum dan kemudian mulai dijual di *secondary market* oleh pengklaim pertamanya. Cryptopunks memulai tren karya NFT dalam bentuk *pixelated art* yang hingga kini masih banyak dibuat derivatifnya.

2.3.2 Babak 2 (2017-2019): Early Rise

Akhir tahun 2017 *pet simulation game* yang memungkinkan pemainnya untuk mengadopsi, merawat, dan menjual kucing virtual bernama Crypto Kitties menjadi *game-based* NFT pertama yang muncul. Crypto Kitties bisa dibilang sebagai penanda awal NFT memasuki mainstream. Crypto Kitties merupakan pintu gerbang bagi *early adopter* untuk masuk dan kemudian berselancar ke jenis NFT lain.



Gambar 2.7 Peningkatan volume transaksi NFT di marketplace

Selama tahun 2018-2019, marketplace NFT bernama OpenSea dan SuperRare mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah dua yang saat ini menjadi *marketplace* NFT terbesar. Naiknya kecepatan adopsi NFT pada tahun ini didukung oleh generasi teknologi *wallet* yang secara sistem mendukung transaksi NFT dengan lebih terintegrasi.

2.3.3 Babak 3 (2020-now): The Hype of Going Mainstream

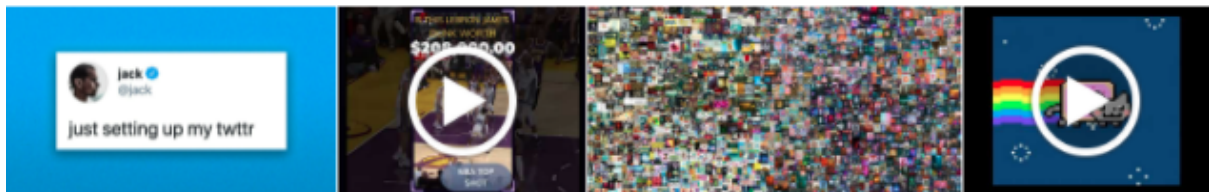
Periode ini menandai era baru dimana NFT semakin memasuki *mainstream*. Selain bertumbuhnya komunitas NFT dan *marketplace* baru serta jenis karya yang didefinisikan sebagai NFT dari artist/kreator berlatar belakang berbeda mulai bermunculan. Jenis karya yang muncul pada periode ini antara lain -dan tidak terbatas pada- adalah majalah, musik, rgb bit, fashion, VR, hingga *tweet*.



Gambar 2.8 Tweet yang menandai keterlibatan Elon di NFT

Tahun ini pula NFT pertama kali dibagikan sebagai souvenir untuk *virtual event* dan memiliki *digital space* sebagai *showroom* bagi para kolektor NFT untuk memamerkan koleksinya kepada khalayak.

NFT mulai banyak diperbincangkan di ruang-ruang percakapan digital. Mulai bermunculan konten kreator yang membahas NFT dalam bentuk video dan podcast. Tidak berhenti disitu, tokoh publik seperti Eminem, Snoop Dogg, Paris Hilton, Lindsay Lohan, Mark Cuban (Musisi dan Selebriti); Elon Musk, Jack Dorsey (tech conglomerate); NBA, Adidas (perusahaan dan *brand*) secara terang-terangan bergabung dalam ekosistem NFT.



Gambar 2.9 (Dari kiri ke kanan) NFT tweet Jack Dorsey, NFT NBA Top Shot LeBron James, NFT Beeple Everydays: The First 5000 Days, dan NFT NyanCat

Tahun 2021 juga menandai transaksi bersejarah NFT. 18 Februari 2021 ketika sebuah *sticker* digital berupa kucing bernama Nyan Cat yang sempat tenar di tahun 2011 terjual dengan harga 580.000 USD (setara Rp 8.262.535.000). Lima hari setelahnya, NBA menjual video berdurasi 15 detik berisi potongan momen LeBron James melakukan slam dunk pada laga melawan Houston Rockets pada 6 Februari 2020. Top Shot tersebut terjual dengan harga 208.000 USD (setara Rp 2.963.116.000). Satu bulan setelahnya tweet pertama di platform Twitter -yang ditulis oleh Jack Dorsey, sang *co-founder*- menjadi tweet paling mahal setelah terbeli dengan harga 2.900.000 USD (setara Rp 41.312.675.000). Tidak berhenti disitu, karya dari seniman bernama Beeple terjual sebagai karya NFT termahal yang pernah ada dengan harga beli 69.000.000 USD (setara Rp 982.956.750.000).

BAB 3. PION TRANSFORMASI BERNAMA BEEPLE DAN GHOZALI

Bab ini ditulis dengan sebuah tanda tanya besar tentang bagaimana menavigasi dan kemana arah dunia virtual yang dibawa oleh NFT akan bergerak. Untuk memahami apa yang sebenarnya terjadi, penting untuk memahami dua peristiwa yang signifikan menandai naiknya percakapan dan ketertarikan publik mengenai NFT di skala global dan nasional.

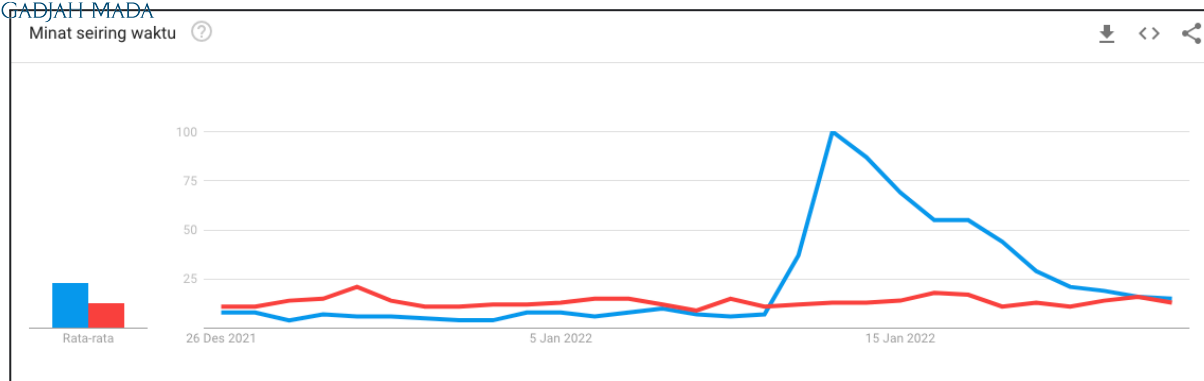
Peristiwa pertama yang dijadikan *signifier* dalam skala global adalah terjualnya Everydays: The First 500 Days karya Beeple. Peristiwa kedua dalam skala nasional terjadi sepuluh bulan kemudian, yakni fenomena Ghozali Everydays.



Gambar 3.1 NFT Beeple dan Ghozali merupakan NFT yang berhasil breakthrough menjadi NFT termahal di lingkungnya masing-masing.

Beeple dan Ghozali memiliki pola yang hampir mirip dimana volume transaksi yang tinggi menyebabkan ‘kekagetan massal’ yang mendominasi pemberitaan media secara signifikan dan menaikkan volume pembicaraan orang awam terhadap NFT.

NFT Istilah penelusuran	Mata uang kripto Topik		
Indonesia ▾	30 hari terakhir ▾	Semua kategori ▾	Penelusuran Web ▾



Gambar 3.2 Perbandingan volume percakapan NFT dan *Cryptocurrency* di Indonesia.

Kenaikan volume percakapan NFT terjadi setelah fenomena Ghazali

3.1 NFT dan Narasi Modalitas Kepantasan Harga

Bagaimana bisa sebuah lukisan digital dan foto selfie dibeli orang dengan harga yang sangat mahal? Kekagetan yang kemudian coba dirasionalisasikan dengan narasi-narasi yang diletakkan untuk kepastian harga.

Modalitas Bepke dan Ghazali kurang lebih dapat dirangkum ke dalam empat aspek yakni: *consistency*, *simplicity*, *exception*, dan *memetic*. Narasi modalitas *Everydays* merasionalisasikan bahwa karya tersebut layak terjual dengan harga 69.000.000 USD (setara Rp 982.956.750.000) sebab ia adalah buah dari konsistensi Bepke membuat satu *digital art* setiap hari tanpa putus selama bertahun-tahun (sejak 1 Mei 2007). Bahwa ia sebagai digital artist juga telah memiliki pamor dan bekerja dengan banyak brand-brand global ternama. Karya-karyanya secara konsisten memiliki konsep mash-up antara *pop culture* dan *politic commentary* yang didramatisir. Mengutip Ben Davis dalam tulisannya di Artnet Auction: “*digital satirist, making what amount to gross-out cartoons commenting on incipient tech dystopia and political outrages.*” Tidak secara kebetulan Bepke meletakkan karyanya ini di website bernama Bepke-crap.com.



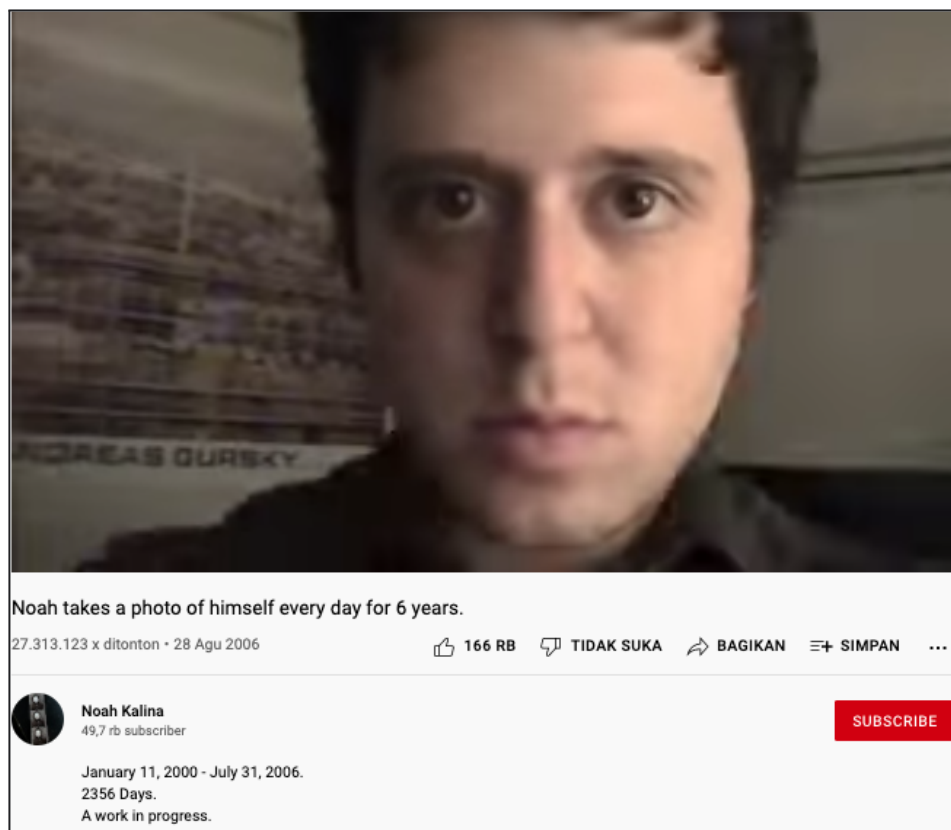
Gambar 3.3 Salah satu karya Beeple berjudul Uncle Bernie Trillion Dollar Superteat (dibuat pada tanggal 17 November 2019).

Narasi modalitas konsistensi Beeple itu yang kemudian diadaptasi oleh *Ghozali Everyday* dalam wujud konsistensi *selfie* setiap hari selama bertahun-tahun. Konsep mengambil foto diri dengan posisi dan pose yang sama setiap hari pada rentang periode tertentu bukan konsep yang baru. Ada sesuatu yang menarik dari ketekunan atau melihat perubahan dari waktu ke waktu. Konsep yang membutuhkan energi dan dedikasi tertentu untuk dijalankan dan tidak mampu dijalankan oleh semua orang. Meskipun secara konsep tidak baru, *Ghozali Everyday* merupakan karya *selfie* berseri pertama yang *dimint* ke ekosistem NFT Indonesia.



Gambar 3.4 Kumpulan koleksi NFT Ghozali Everyday di OpenSea

Konsep ini lebih dahulu dipopulerkan oleh Noah Kalina pada tahun 2006 silam lewat video *passage of timenya* selama rentang tahun 2000-2006. Noah merupakan seorang art photographer asal Amerika yang memiliki ketertarikan pada konsep *the passage of time*. Masyarakat secara umum menyukai konsep repetisi atau *continuity* seperti ini. Ada sesuatu yang menarik dari ketekunan atau melihat perubahan dari waktu ke waktu. Konsep yang membutuhkan energi dan dedikasi tertentu untuk dijalankan dan tidak mampu dijalankan oleh semua orang. Meskipun secara konsep tidak baru, Ghazali Everyday's merupakan karya selfie berseri waktu pertama yang *dimint* ke ekosistem NFT Indonesia.



Gambar 3.5 Konsep mendokumentasikan potret diri setiap hari sudah terlebih dahulu dipopulerkan Noah Kalina di Youtube pada tahun 2006 silam.

3.2 Politik 'Harga' dalam Karya Beeple dan Ghazali

Modalitas sebagai narasi pemantas harga merupakan narasi publik yang dibangun melalui media masa. Kenyataannya layer pembentukan harga karya Beeple dan Ghazali lebih kompleks daripada sekedar 'keunikan karya' dan momentum belaka. Penghargaan karya keduanya juga ditentukan dari hubungan politik, ekonomi, dan sosial yang lebih dinamis dan terkait dengan jejaring aktor yang memiliki kepentingan.



3.2.1. Jejaring Komunitas, Influencer, Media, dan Massa dalam Ghozali Everyday

Sebelum memasukkan karyanya ke OpenSea, Ghozali sendiri merupakan bagian dari komunitas NFT Indonesia. Ghozali memanfaatkan Twitter dan Discord sebagai sarana berkomunikasi dan kemudian berjejaring. Ghozali Everyday pertama kali diperbincangkan di grup-grup komunitas NFT di Discord dan Twitter.



Gambar 3.6 Percakapan di grup Discord komunitas NFT Indonesia (dimana Ghozali menjadi anggota) pada tanggal 12 Januari 2022 sesaat setelah NFT Ghozali Everyday viral. Hari sebelumnya ketika mulai ramai, Ghozali masih sempat berinteraksi di grup.

Selain di grup twitter dan Discord, media yang pertama kali membicarakan Ghozali Everyday merupakan akun Dagelan, disusul akun-akun dan tokoh-tokoh OG¹ NFT Indonesia. Pada tahap ini harga NFT Ghozali masih di 0.003 ETH, akan tetapi volume percakapan telah meningkat drastis dengan masuknya akun media guyon seperti dagelan. Kebanyakan narasi awal yang beredar adalah tidak habis pikir bahwa ada seroang pemuda menjual 933 foto selfienya di NFT yang pada saat itu didominasi *pfp animation* dan *pixelated art*. Mereka yang membeli karya Ghozali awal-awal ini merupakan sedikit orang yang memiliki motif *project* candaan belaka atau sekadar mengapresiasi usaha dan konsistensi Ghozali.

Permainan berubah ketika akun *influencer* Jeffry Jouw alias Jejouw (pemilik lini usaha USS network) masuk, me-mention Ghozali dan melakukan *giveaway* yang berhadiah koleksi Ghozali Everyday dan mengindikasikan ia telah membeli dan memiliki karya NFT tersebut. Jejouw pula yang memperkenalkan identifikasi komunitas Ghozali dengan mencantumkan *#ghozaligangs* pada postingan terkait.



Gambar 3.7 Jeffry Jouw pertama kali menaikkan *traffic* pembicaraan mengenai NFT Ghozali secara signifikan dengan mengumumkan *giveaway* koleksi NFT Ghozali miliknya di Twitter

Langkah Jejouw ini terbilang signifikan karena ia merupakan salah satu *influencer* dengan basis masa yang loyal dan pengusaha yang jejaring media-produknya berputar di ranah *pop culture* anak muda. Secara reputasi sosial, Jejouw merupakan salah satu sosok yang ‘dianggap berhak’ untuk berbicara tentang NFT di Indonesia. Sebagai pengusaha ia telah lebih dahulu terjun ke dunia koleksi *collectible* seperti sepatu dan jaket *varsity*. Jejouw juga sudah berinvestasi di ekosistem kripto.

Tak lama setelah Jejouw, Arnold Poernomo, chef profesional dan juri Masterchef juga mengumumkan pembelian dan dukungannya ke NFT milik Ghozali. Pemberian dukungan ini diikuti dengan mention *alpha*² (mereka yang menghabiskan waktu mencari project NFT yang belum terendus pasar dan memiliki informasi mengenai proyek potensial di atas rata-rata pemain lain) NFT dari luar negeri.



Gambar 3.8 Setelah Jejouw, Ghozali semakin naik dengan *tweet* dari Celebrity Chef Indonesia dan pemain NFT, Arnold Poernomo. Dalam tweetnya Arnold me-mention pegiat dan *influencer* NFT global

Setelah kedua tokoh publik inilah atensi publik mulai naik diikuti *influencer* lain ikut membeli karya Ghozali (@mudacumasekali, @ybrap, @winsontirta, dll). Amplifikasi pesannya kemudian semakin dilambungkan secara isu dengan masuknya berita ini ke media rujukan *pop culture* generasi muda di Instagram yakni folkative dan USS feeds, baru diikuti akun-akun pemberitaan konvensional lainnya.

3.2.2 Beeple and Metakovan: *Marketing Stunt to Establish Web 3.0*

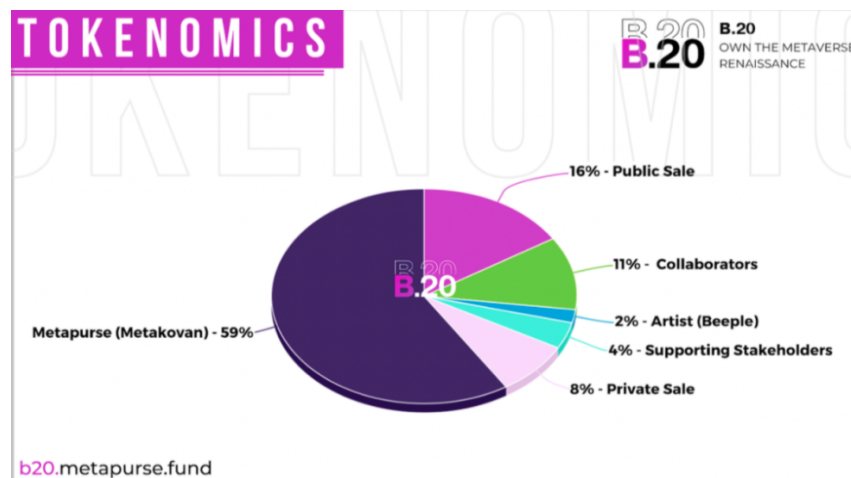
Jika dalam kasus Ghozali kita melihat bagaimana *influencer* dan media berperan mengamplifikasi trend Ghozali, pada kasus penjualan NFT Beeple dan Jack Dorsey, permainannya tidak sekedar berpusar di jejaring *influencer* NFT saja, tapi kepentingan untuk *establishing* ekosistem web 3.0 lebih jauh. Mereka yang bermain selanjutnya didefinisikan sebagai Super Enabler. Mereka yang tidak hanya memiliki visi tetapi juga kapasitas, modal kapital, dan infrastruktur untuk secara masif mempromosikan web 3.

Agak berbeda dengan Ghozali, untuk memahami apa yang terjadi pada kasus lelang karya Beeple, kita perlu menyelami lebih dalam siapa pembeli karya Beeple tersebut, dua orang dengan *pseudo-name* Metakovan dan Twobadour.

Metakovan, memiliki nama asli Vignesh Sundaresan adalah seorang kriptopreneur yang telah terjun ke industri web 3.0 sejak tahun 2013. Tercatat dalam namanya ada beberapa *startt up* dan perusahaan kripto.

Pertama-tama mari kita melihat postingan artikel di medium yang diterbitkan oleh Lendroid mengenai hubungan antara DeFi (Decentralized Finance) dan NFT. Postingan tersebut banyak ditulis oleh seseorang bernama Anand Venkateswaran, yang merupakan mitra bisnis Sundaresan, Artikel-artikel tersebut secara garis besar menjelaskan bagaimana NFT memecahkan masalah DeFi, seperti *flash crash*, volatilitas, dan tata kelola (blog.lendroid.com, 2021). Setelah ditelusuri, Venkateswaran, lebih dikenal sebagai *pseudo-name* Twobadour Pannar, rekan Metakovan pembelian karya Beeple di lelang oleh Christie's Auction House.

Metakovan juga berada di belakang Metapurse yang berbasis di Singapura, sebuah perusahaan investasi berbasis kripto. Misi Metapurse, menurut situs webnya (Vigneshsundaresan.com, 2021), adalah untuk “mendemokratisasi akses dan kepemilikan karya seni.” Perusahaan ini telah mengakuisisi NFT *digital-art* Beeple pada Desember sebelum koleksi 5000 Days dilelang. Koleksi yang dibeli adalah karya Beeple yang berjudul "Everdays: 20 Collection" seharga \$2,2 juta.



3.9 Grafik yang menunjukkan presentasi kepemilikan token B20

Metapurse telah mengambil beberapa karya seni Beeple dan menggabungkan semuanya menjadi "bundel besar" yang 'dijual' ulang di Metapurse sebagai sebuah *bundle* yang dapat dibeli sebagai investasi dimana kepemilikan karya seninya akan dibagi ke mereka yang ingin menjadi pemilik dari sebagian karya digital tersebut. Pembelian karya digital lewat Metapurse hanya dimungkinkan dengan menggunakan token in-house bernama token B-20. Visi token B-20 sendiri tertera pada grandplan strategi yang ditulis pada salah satu blogpost di situs Metapurse sebagai berikut:

We believe we truly achieved this with B.20 — the name of a massive NFT bundle we are fractionalizing so that everyone can have ownership over the first large scale public art project within the metaverse. It is important to note that we're fractionalizing ownership, not the assets themselves. These fractions will be available as 10 million B.20 tokens, and can be referred to as the "keys" to this digital vault."
(B20.metapurs.fund, 2021)

Ide dari token B-20 adalah untuk mendesentralisasikan dan mendemokratisasi seni. Akan tetapi yang menarik adalah bahwa Beeple, pencipta karya seni tersebut, memiliki 2% bagian dari semua token B20 dan 59% token tersebut dimiliki oleh Metakovan sendiri. Singkatnya, Beeple dan Metakovansudah terlebih dahulu terhubung dalam kepentingan bisnis dimana mereka memiliki pembagian keuntungan jauh sebelum proses lelang Everyday's berlangsung.

AS AN INVESTOR

In crypto, you put your money where your mouth is. In more measured words – what you spend on defines who you are. Vignesh has been an early investor in what have turned out to be some of the most successful blockchain enterprises today. The secret, he says, is to not invest expecting it to boom, but to invest because you simply love the idea.

- ✓ Early investor in Ethereum. He was in the same room with the co-founder
- ✓ Decentraland, for its uncensorable, irrevocable ownership
- ✓ Tezos, for the most robust model yet for PoS tokens

3.10 Informasi Vignesh Sundaresan sebagai *early investor* Ethereum di website pribadinya

Selain itu, ketika mengulik website portofolionya, ditemukan informasi bahwa Sundaresan merupakan salah satu dari investor awal Ethereum, platform yang mengembangkan dan saat ini banyak dipakai untuk manajemen NFT (salah satunya Beeple).

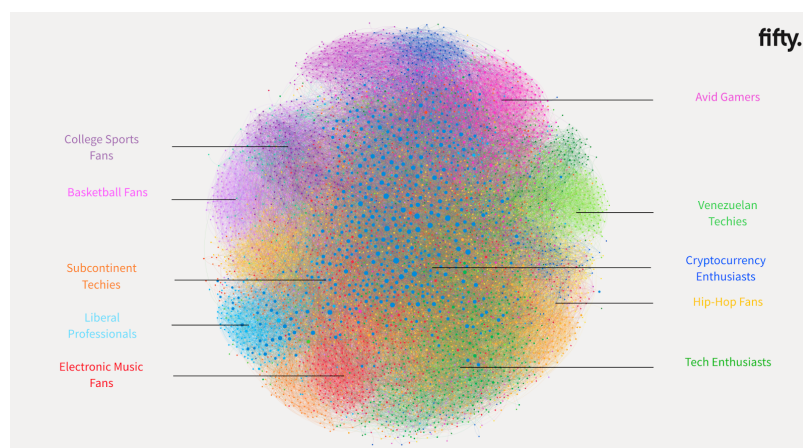
3.3 Pintu Gerbang Publik Awam

Terjualnya karya NFT Beeple dan Ghazali dengan harga tinggi sama-sama menimbulkan rasa penasaran publik. Rasa penasaran yang menjadi motor untuk mencari lebih jauh apa itu NFT. Asosiasi pencarian mengenai benda-benda NFT lain bermuara pada objek-objek 'aneh' yang terjual dengan harga tak kalah fantastis seperti meme kucing viral



berumur sepuluh tahun, cuplikan momen olahraga basket beberapa detik, sebuah *tweet*, lukisan yang digambar di *paint*, dan masih banyak lagi.

Adopter yang masuk pada fase Beeple dan Ghazali berada pada lini terluar (yang baru saja masuk dan bergabung di ekosistem NFT) didominasi oleh kombinasi *interest pop culture* generasi ini dimulai dari penggemar olahraga, musik, gaming, dll. Sementara di bagian tengah (adopter lama) yang lebih stabil didominasi mereka yang sudah terlebih dahulu terjun di *cryptocurrency* atau *tech enthusiast*.



Gambar 3.11 Top 10 Tribes: Cryptocurrency Enthusiasts, Tech Enthusiasts, Hip-Hop Fans, Avid Gamers, Electronic Music Fans, College Sports Fans, Liberal Professionals, Subcontinent Techies, Basketball Fans, Venezuelan Techies ("NFTs go mainstream: breaking down the global audience", 2021).

Dunia NFT masih akan berkembang dan kita baru saja memasuki masa *mass adoption*. Mereka yang percaya dengan visi NFT adalah mereka yang juga percaya dengan visi Metaverse, dunia Virtual, blockchain, dan kripto. Keempat hal ini tidak dapat dipisahkan keterlekatannya dengan NFT dikarenakan sistem dan sarana yang hadir di keempatnya saling sokong dengan ekosistem NFT. Sistem yang menguatkan keberadaan dan sistem kerja satu sama lain. Beeple dan Ghazali adalah salah dua yang berperan dalam rencana memainstreamkan NFT ke khayalak umum.

BAB 4. *ENABLER*, KOMUNITAS, DAN KONTESTASI DUNIA BARU

Penting memahami siapa *Enabler* karena hanya dengan memahami siapa mereka kita membaca fenomena apa yang sedang terjadi dan hubungannya dengan para aktor di baliknya. Hal inilah yang akan menjadi instrumen kita menavigasi ruang virtual NFT dengan lebih kritis dan tajam. Upaya menghindarkan diri terjebak narasi manis dan mimpi yang dijual sebagai upaya ‘marketing’ belaka.

4.1 Mendefinisikan *Enabler*

Selama melakukan observasi virtual dengan berkunjung ke website, portofolio, linkedIn, laman transaksi NFT, dan media sosial para *Enabler* ada satu benang merah yang menghubungkan mereka. Nyaris tidak ada -jika tidak mau dibilang nihil- *Enabler* yang hanya mengambil satu peran. Sebagian besar minimal memainkan peran ganda dari kombinasi lima peran yang ada: *creator*, *collector*, *investor*, *media/influencer*, *mass*.

Tabel 4.1 Mapping *Enabler* berdasarkan peran dan pendapat/kepentingannya

		Peran				
		THE CREATOR who create	THE COLLECTOR who collect NFT Art	THE INVESTOR who trade and invest on NFT	THE MEDIA/ INFLUENCER inform the mass	THE MASS Khalayak umum
Aspirasi	Want to change the world	Enabler	Enabler	Enabler	Enabler	Enabler
	Want to benefit from the change	Opportunist Enabler	Opportunist Enabler	Opportunist Enabler	Anti Enabler	Anti Enabler
	Oppose the change	Opportunist Enabler	Opportunist Enabler	Opportunist Enabler	Anti Enabler	Anti Enabler
	Dont have idea	Accidental Enabler	Accidental Enabler	Accidental Enabler	The Learner	The Neutral Mass

NFT adalah sebuah arena yang tidak bebas agenda. Kelindan agenda tetap bermain dengan perbedaan volume dan ranah kepentingan. Beberapa berkepentingan *cuan* dari *trading*, beberapa berkepentingan untuk *cuan* dari komunitas, beberapa *Enabler* lebih terkenal dan punya pengaruh tapi ada juga *enabler* skala besar yang permainnya berdampak lebih besar bagi ekosistem NFT (dan *blockchain*) secara umum.

4.2 *Redefine Community*: Arena dan Pembudayaan Nilai dalam Komunitas NFT

Komunitas NFT mendefinisikan dirinya sendiri dengan lebih cair dan dinamis. Pembentukan komunitas NFT mereproduksi realitasnya di dunia ‘simulasi’ atau ‘virtual’ tidak dengan menjadi perpanjangan dari dunia fisiknya, tetapi dengan menciptakan dan mendefinisikan identitas yang sesuai kehendak masing-masing individu di dalamnya. *Virtual identity* digunakan sebagai bentuk manifestasi identitas baru yang diejawantahkan lewat bahasa dan narasi identitas alternatif yang terpisah dari *physical being*.

4.2.1 *Enabling the Tribe and Hierarchy*

Twitter menjadi arena atau platform interaksi komunitas yang menjadi *melting pot* antara yang OG dan *noob*³. Interaksi termediasi berjalan dalam dua bentuk, content based (text, video, foto, meme) maupun *voice-based social networking* (melalui Twitter Space). Twitter Space memungkinkan terjadinya kedekatan lewat percakapan yang lebih *candid* dan intim. Ada perasaan kolektif yang dibangun dengan saling bercakap dan terlibat di satu ruang diskusi. Perasaan kolektif yang hadir timbul dengan terlibat di panel diskusi, sebagai speaker, moderator, atau pendengar saja. Interaksi ini menciptakan kesan kedekatan yang lebih intim.

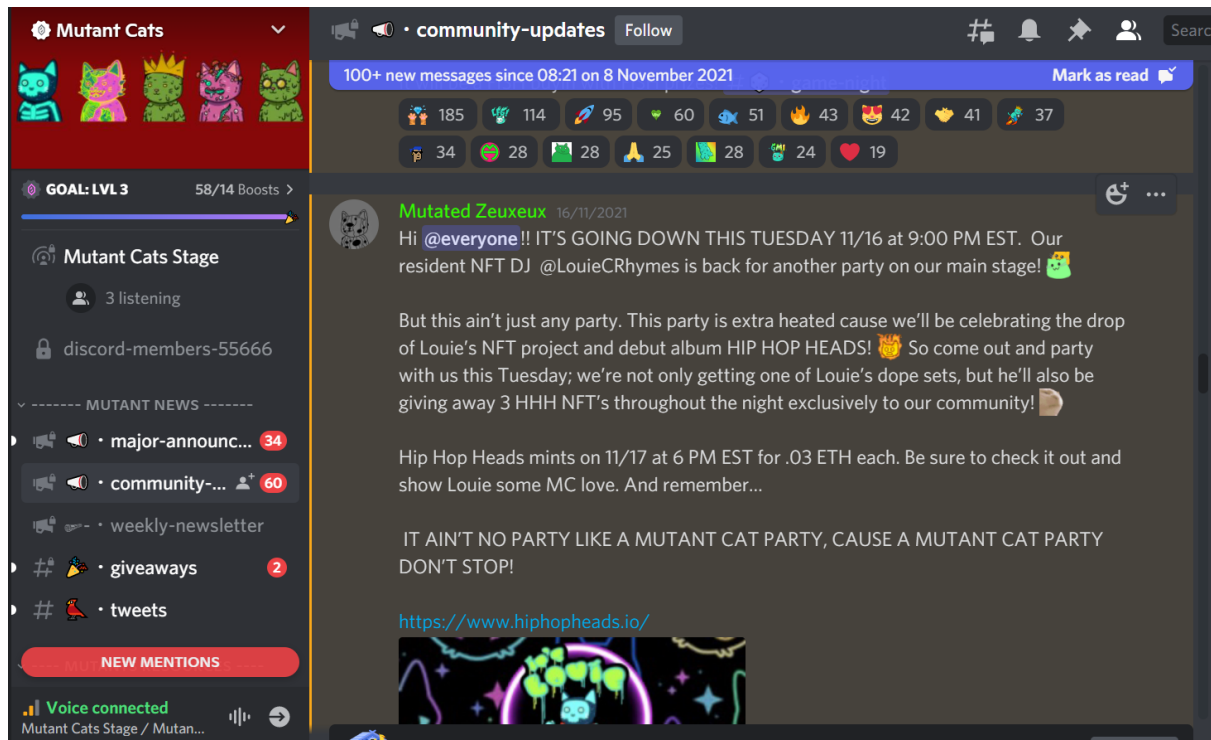
Melalui Twitter komunitas mulai mengidentifikasi dan mengasosiasikan dirinya ke *tribe* yang lebih spesifik dan menuju ke ruang mediasi yang lebih privat di Discord⁴. Platform yang terlebih dahulu digunakan para *gamers* karena fitur dan kemampuannya mengakomodir berbagai jenis ruang dan model interaksi baik teks maupun audio-video. Melalui ruang yang lebih terfokus ini pembedaan kasta dan golongan mulai terlihat. Pengaturan Discord memungkinkan terjadinya pemeringkatan dan hirarki di dalam jejaring komunitasnya. Jika Twitter adalah *open-community based network*, maka Discord adalah salah satu arena *closed-community based network*.

Discord memungkinkan terjadinya penyatuan dan segregasi sosial pada saat yang bersamaan. Setiap individu bebas dan biasanya akan masuk ke dalam berbagai macam ruang Discord yang berbeda tergantung tujuan berjejaringnya di dunia NFT. Pemeringkatan dan segregasi sosial ketika tujuan dari sebuah Discord semakin spesifik. Discord komunitas umum akan berbeda isinya dengan Discord yang membutuhkan autentifikasi identitas atau bukti transaksi tertentu.

Discord para kolektor dan investor mensyaratkan autentifikasi kepemilikan NFT atau transaksi dalam bentuk mata uang kripto tertentu. Pada tingkat yang lebih eksklusif lagi, ada grup yang mensyaratkan batas minimal *trading volume* yang dilakukan. Ada pula Discord yang keanggotaannya berdasarkan undangan dari anggota yang sudah bergabung sebelumnya. Model-model eksklusivitas yang dibangun pada *close-community network* ini



menciptakan prestise golongan dan perbedaan status sosial di dalam komunitas NFT itu sendiri. Ada dinamika perjuangan kelas dan kebanggaan bagi anggota komunitas yang berhasil naik ke lingkaran yang lebih eksklusif dan terpancang.



Gambar 4.1 Discord sebagai arena berinteraksi di ranah *closed-community*

Discord juga menjadi arena mengorganisir jaringan untuk sebuah tindakan massal tertentu atau menyepakati pergerakan di ruang *open-community based network*. Biasanya bertujuan untuk menciptakan gelombang percakapan yang lebih besar. Tiap-tiap Discord selain mengorganisir jaringannya sendiri, juga saling berorganisir antara satu sama lain. Pada momen-momen tertentu saling membantu mengorganisir jaringan untuk sepakat bergerak bersama.

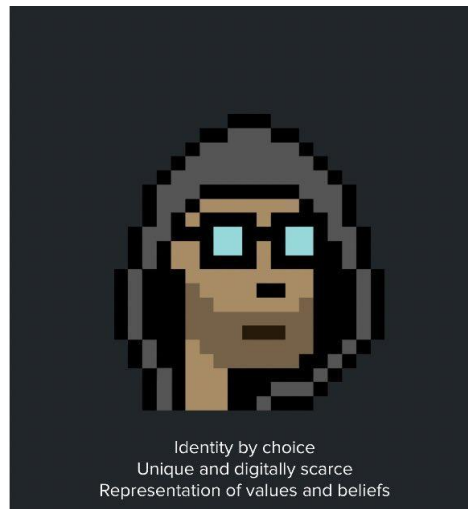
4.2.2 Enabling the Virtual Identity

Dalam berinteraksi masing-masing individu merepresentasikan dirinya dengan identitas alternatif. Virtual Identity tidak didasarkan pada *physycal identity* melainkan pada *pseudo identity*. Identitas virtual tidak hanya terbatas pada foto profil tapi juga *nickname*, bio, dan informasi publik lain yang melekat padanya.

NFTs = Identity 2.0



Emphasis on physical traits
Genetic lottery
Prone to bias and prejudice

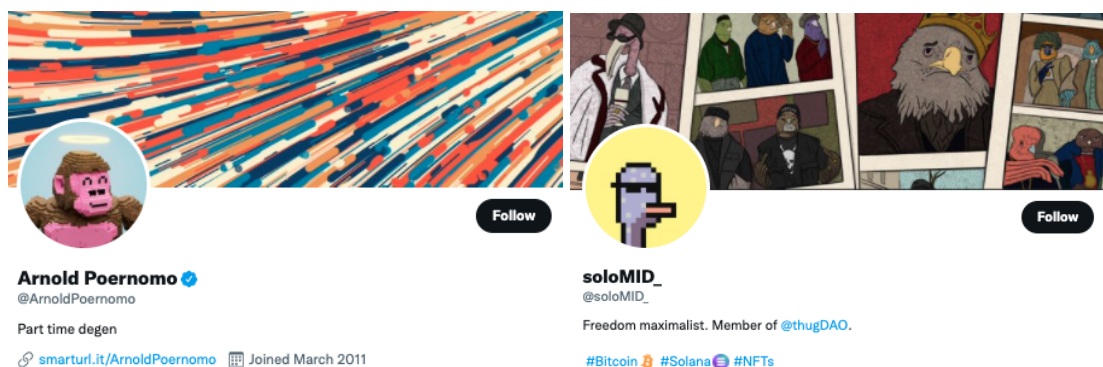


Identity by choice
Unique and digitally scarce
Representation of values and beliefs

Gambar 4.2 Pergeseran model foto profil dari *photo-based* menjadi *avatar-based*

Simbol berperan penting dalam penegasan status individu dan komunitas NFT. Identitas virtual sebagai simbol digunakan untuk mewakili makna tertentu dari orang-orang yang memiliki budaya agar mudah dikenali (Lawley, 1994). Sama dengan bagaimana kita merepresentasikan diri di ruang fisik, aturan yang sama berlaku juga di ruang virtual hanya saja dalam bentuk yang di permukaan terlihat sedikit berbeda.

Setidaknya ada tiga signifier yang dapat diidentifikasi mulai dari foto profil, username, dan bio. Foto profil biasanya menggunakan avatar dari karya NFT dimana individu mengasosiasikan diri. *Username* yang biasanya merupakan kombinasi nama dan angka (merujuk pada penomoran koleksi NFT) atau variasi dari huruf yang membentuk kalimat atau akronim tertentu yang maknanya dipahami secara terbatas di kelompok dia berasosiasi. *Bio profile* dan *hashtag* yang mengandung istilah khusus atau harapan dan misi di dunia NFT.



Gambar 4.3 Representasi identitas virtual pegiat NFT di media sosial Twitter

Avatar dalam komunitas NFT mengungkapkan cerita yang menarik tentang bagaimana setiap individu mempersepsikan dan mengeksplorasi citra diri dan nilai yang



mereka pegang (Brent, 2022). Avatar dipercayai bisa lebih luas dan utuh untuk merepresentasikan diri secara virtual dibanding identitas yang berasosiasi dengan *physical being*.

Ada kebebasan untuk individu mengontrol dan memilih mana atribut sosial yang ditonjolkan dan disembunyikan sesuai dengan peran sosial yang dibayangkan atau keyakinan yang dipercayai. Anonimitas avatar juga membuka sebuah ruang eksplorasi akan *genuine self* yang terkungkung dan terkonstruksidi dunia fisik. Pada akhirnya, avatar digunakan sebagai *proxy* atau medium dimana individu dapat merancang jati diri virtual mereka dan mengirimkan sinyal di dalam ruang virtual tentang siapa mereka di sana (Vasalou, Joinson, Bänziger, Goldie, & Pitt, 2008)

4.2.3 Enabling the Language

Komunitas NFT juga memiliki bahasa sendiri. Bahasa berfungsi sebagai sistem simbol yang memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain (Swartz, 1997). Bahasa ini menunjukkan secara luas dalam pergaulan virtual apakah kita merupakan bagian dari komunitas tersebut. Dalam komunitas NFT ada ratusan bahasa dan frasa yang digunakan. Beberapa istilah sifatnya asing dan baru diciptakan untuk kepentingan komunitas NFT dan beberapa istilah diadaptasi dari kata yang sudah ada dengan pemaknaan atau arti yang sedikit diubah peruntukannya sesuai konteks komunitas.

Istilah dalam komunitas NFT banyak beririsan dengan komunitas kripto, *gaming*, *investing*, dan *tech* yang lebih luas dan khasanah istilahnya bervariasi dari sekadar sapaan, ungkapan ekspresi, deskripsi nilai dan *way of life*, istilah teknis ekonomi atau operasional NFT, kata kerja baru yang muncul karena fenomena NFT, dan lain sebagainya.

4.2.4 NFT dan Status Sosial

Kepemilikan NFT sebagai representasi identitas berbicara banyak hal tentang kita sebagai manusia. Ia tidak hanya berhenti menjadi pembeda atau *signifier symbol* saja tetapi juga penanda status sosial kita. Layaknya punya tas hermes asli dan kw. rasa bangga ketika menjinjingnya berbeda. Begitu pula mata dan persepsi orang yang melihat ke arah kita.

Identitas virtual dengan menunjukkan koleksi profile picture NFT yang dibeli memberi prestise golongan tertentu. Semakin mahal dan makin *rare* NFT yang kita miliki, semakin tinggi pula gengsi dan status sosialnya dan ekonomi kita di hadapan komunitas. Dengan memasang foto profil dengan harga mahal, tanpa kita bergerak, akan ada orang-orang dari geng atau kelompok eksklusif tertentu melakukan pendekatan dan mengirimkan



undangan untuk bergabung di komunitas mereka. Selain kekayaan, identitas virtual ini juga bicara banyak mengenai status simbolik dengan siapa kita terhubung dan *value* atau nilai apa saja yang kita dukung.

NFT sebagai simbol status sosial ini semakin nyata dan jelas keberadaannya sejak Twitter menerapkan fitur *hexagonal profile picture* sebagai signifier atau pembeda antara akun yang memiliki NFT dan tidak. Dalam blueprin sosial media ke depan beberapa akun lain seperti Instagram, Discord, dan Reddit juga sudah memiliki rencana integrasi yang sama.



Gambar 4.4 Peluncuran fitur baru profil berbentuk *hexagon* bagi user twitter pemilik NFT

Status dan simbol diamplifikasi oleh *paltform* sosial media ini menunjukkan betapa kita sebagai manusia sangat menyukai dan mementingkan status dan simbol. Dan konsep inilah yang terus direproduksi, ditunjukkan, dan diubah caranya semua demi memenuhi kebutuhan menampilkannya di publik. Realitas ini yang membentuk masyarakat di ruang digital. Konsep Jean-Baudrillard mengenai masyarakat hari ini menjadi semakin nyata dan jelas. Alih-alih menggantikan, kemunculan simbol status digital ini mengamplifikasi tontonan status dan simbol sosial di realitas yang lebih luas (Sandal, 2022).

4.3 Enabler vs Anti Enabler: Paradigm Beyond NFT

Hadirnya kelompok yang pro akan selalu dihadiri dengan gelombang kelompok yang kontra. Untuk poin yang sama, mereka yang pro dan kontra memiliki pandangan yang sangat berbeda. Mereka yang pro NFT mengidentifikasi dan mengasosiasikan dirinya sebagai NFT Bros atau NFT Dudes dan mereka yang kontra menyebut dirinya Right Clicker. Julukan yang terakhir berasal dari olok-olok kaum kontra bahwa mereka bisa mendapatkan NFT hanya dengan klik kanan lalu simpan daripada harus melalui proses rumit dan tidak ramah lingkungan di *blockchain*.

Tabel 4.2 Perdebatan permukaan yang sering terjadi antara *Right Clicker* dan *NFT Bros* di media sosial

Right Clicker	NFT Bros
Tidak ramah lingkungan	Tidak hanya NFT yang punya potensi tidak ramah lingkungan
Tinggal klik kanan dan simpan	Unik. Dilindungi kode kriptografi yang hanya satu, tidak ada duanya.
<i>It's a scam</i>	<i>It's investment</i>
<i>It's now about money, huh?</i>	<i>It already is. I'd rather have control over it.</i>
Tidak ada kontrol disini. Teknologinya tidak ramah user dan untuk satu proses transaksi yang mudah sekarang jadi lebih sulit. Gas fee sangat tinggi, dan proses minting tidak efisien.	Anda hanya melihat nya dalam jangka penjek. Ini baru awal perkembangan teknologi dan masih akan berkembang. Hal ini selalu terjadi pada teknologi baru.
<i>I am the digital leftist and you are the digital utopist</i>	<i>I am the digital liberalist and you are the conservatives.</i>

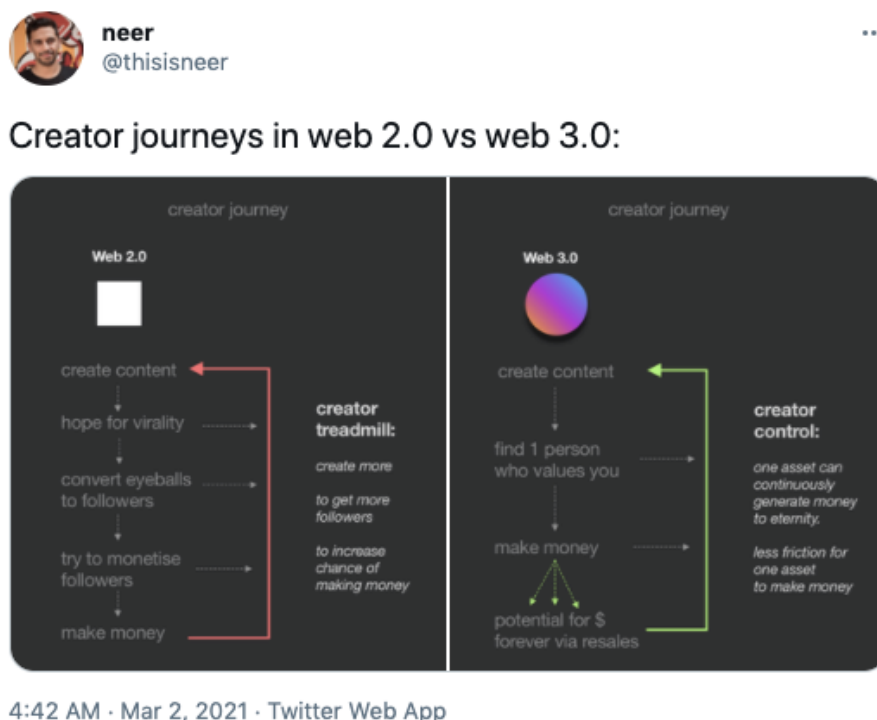
Pada tingkat pemahaman di permukaan, perdebatan mengenai NFT mungkin terlihat dangkal dan terlalu teknis. Namun lebih dari itu, yang menarik untuk dilihat adalah bagaimana perdebatan tersebut memberi sinyal kepada kita mengenai transformasi yang terjadi akibat NFT. Sudut pandang yang pro NFT, menganggap golongan kontra ‘terlalu konservatif’ dan hanya mencari sisi negatif dari teknologi. Sementara mereka yang kontra berpikir mereka yang pro memicu *hype* berlebihan dan cenderung materialistik. Cerita lama dengan narasi yang berbeda antara golongan yang menyambut dan menolak sistem atau struktur baru.

Perdebatan mendasar dari dua kutub yang berlawanan ini lebih dari sekedar apakah koleksi aset digital itu absurd atau tidak. Akan tetapi berakar dari pertanyaan mendasar apakah teknologi akan memberikan peluang sistem kehidupan (re: desentralisasi -dalam konteks ekosistem NFT-) yang lebih baik bagi manusia atau ini sebenarnya hanya bentuk lain dari sistem monopoli sumber daya dan aset? Apakah ini akan mensejahterakan kelompok masyarakat yang selama ini tidak sejahtera karena monopoli sistem atau justru memperlebar jurang pemerataan? Untuk memberi gambaran tentang pertanyaan itu, pertama-tama, kita perlu melihat bagaimana dinamika manusia ber-NFT mendefinisikan ulang apa itu nilai, komunitas, dan masyarakat. Semua perubahan mendasar yang memungkinkan terjadi di NFT itu diawali dari bagaimana sistem tulang punggungnya, yaitu *blockchain*, *enabling* sebuah konsep yang kita kenal sebagai *tokenization*.

4.3.1 Tokenization: The Next Level Commodification

Kita menyaksikan di zaman *late capitalism*, bagaimana komodifikasi hadir sebagai kekuatan pendorong yang meredefinisikan struktur dan bagaimana masyarakat bergerak. Dengan melakukan komodifikasi, kita bisa mendefinisikan kembali masyarakat modern dimana kita sendiri adalah produk dalam jejaring fungsi kapital. Komodifikasi di dunia NFT dimulai dari bagaimana setiap identitas virtual yang sekarang terikat dengan *wallet*, memungkinkan semua hal untuk dijadikan token termasuk diri kita sendiri.

Token pada dasarnya adalah representasi dari (a) hak pemegang, (b) nilai, (c) informasi/data, (d) kinerja tugas kontraktual dan (e) mata uang sistem, *all in one* (Voshmgir, 2020). Token menjadi manifestasi hak dan kapasitas untuk bertransaksi, mengirim dan menerima pembayaran, dan sekaligus menjadi mata uang standar dari sistem itu sendiri. Tokenisasi memfasilitasi penciptaan komodifikasi baru. Mike Shinoda menyebut hal ini sebagai “*commodified by the platform forever*”.



Gambar 4.4 Perbedaan komodifikasi kreator di web 2.0 dan web 3.0

Hal yang sangat paradoks jika dipikirkan. Blockchain yang jadi sarana perjuangan agar kita bisa berdaulat dalam mengelola aset dan mengembalikan agensi dari dominasi sistem sentralistik itu membuat kita terikat dengan komodifikasi oleh *platform* selamanya.



Bagi pra kreator, sistem NFT yang berlaku secara otomatis berpotensi mengasumsikan bahwa tujuan akhir penciptaan adalah menghasilkan uang. Dan juga betapa pentingnya identitas dan status kreator dalam suksesnya produk NFT memungkinkan komodifikasi di tingkat *initial coin offering*.

NFT juga mentokenisasi interaksi antar satu orang dengan orang lain dalam komunitas. Dampaknya adalah jenis komunitas yang dibangun pada akhirnya mudah untuk dikomersialisme. Komunitas jadi berperan sebagai *marketer*, sebagai duta, dan sebagai agen kampanye. Komunitas disini mengharuskan adanya nilai transaksi nilai (baik ekonomi maupun sosial) yang berkelanjutan. Tanpa komunitas yang sepakat, *value-based project* yang ada di NFT dapat gagal, secara otomatis visi dan misi komunitas yang dibawa jadi terdevaluasi. Interaksi dan keterlaksanaan anggota komunitas di dalam jaringan tidak organik tetapi berjalan berdasarkan intervensi politis dari yang berkepentingan.

4.3.2 Tokenization to Transaction

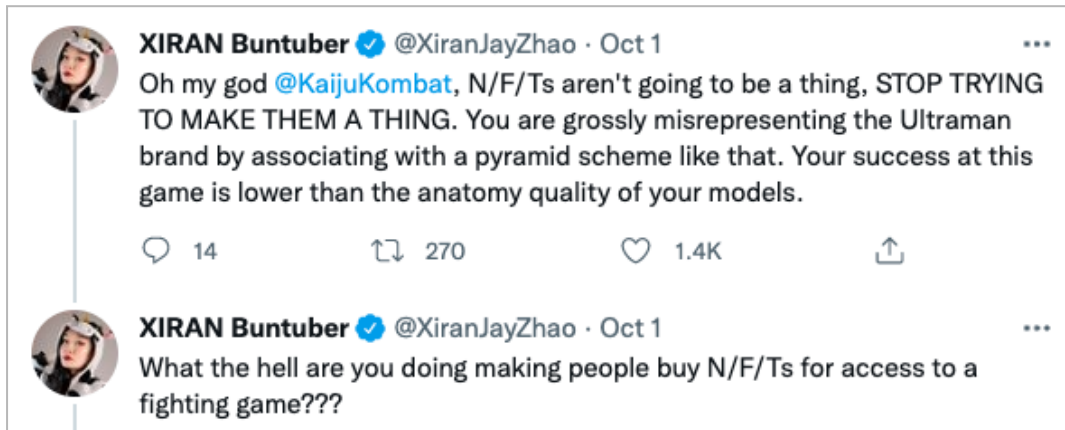
Salah satu bentuk dinamika interaksi awal yang dimungkinkan adalah berkembangnya model transaksi *monetary value*. Dalam dunia NFT, mereka yang melakukan ‘purchasing’ atau ‘klaim’ terhadap NFT lebih umum disebut sebagai holder dibanding pembeli. *Holder* disini berlaku sebagai supporter atau ‘investor’ dari proyek NFT yang dipegang tokennya. Likuiditas dari *tokenization* membuat NFT menjadi aset kripto yang mudah diperjual belikan. Sistem yang memungkinkan berkembangnya sub *digital economy* yang menarasikan NFT sebagai produk investasi. Terlepas dari kontroversinya sebagai aset volatile, spekulatif, dan tidak teregulasi, narasi investasi dan cuan dari NFT adalah narasi umum yang dibangun sebagai strategi penetrasi awareness NFT ke publik yang awam.

Studi kasus Beeple dan Ghazali adalah contoh yang solid bagaimana narasi ‘rejeki nomplok’ karena ber NFT menarik perhatian dan kemudian membuat banyak orang berbondong-bondong membuat NFT semata karena motif ‘cuan’ yang disiratkan lewat pesan-pesan tersurat itu baik oleh media maupun *key person* atau *influencer* yang awal-awal berkecimpung.

Pesan-pesan dengan nuansa ‘*greed*’ daripada fokus pada kebaruan teknologi yang dibawa ini bak pisau bermata dua. Di satu sisi, narasi ini lah yang membawa NFT ke salah satu momen puncak penetrasi publik di satu sisi, bayangkan sebuah sistem yang sebagian besar populasinya tidak memiliki pengetahuan yang baik mengenai apa itu NFT, block chain, web 3, utilitas thread, dan oportunitasnya. Sebuah celah *-for better or worse-* untuk dimanfaatkan.

4.3.3 Tokenization to Objectification

Salah satu diskusi paling menarik dari mereka yang pro dan kontra adalah perdebatan tentang apa yang dianggap pantas untuk ditransaksikan dalam bentuk NFT.



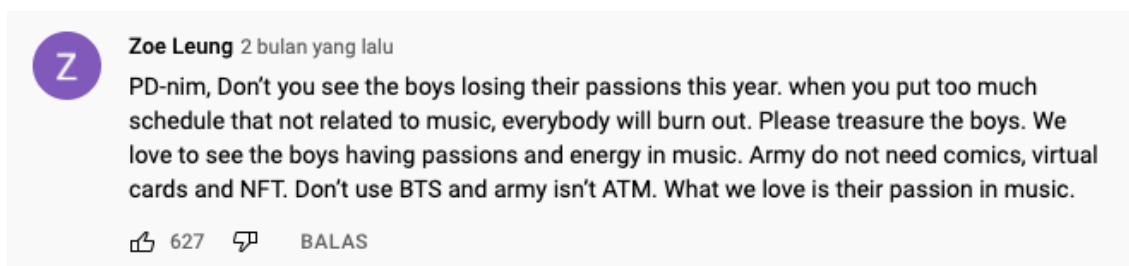
Gambar 4.6 Penulis buku, youtuber dan *twitter influencer* Xiran Jayzhao secara tegas dan terang-terangan menentang NFT

Argumentasi yang paling sering muncul di mereka yang menyatakan ketidaksepakatan dengan konsep NFT biasanya berputar di kalimat “*Not everthing has to be NFT*” atau “*We don’t want to buy a pyramid scheme model*” atau “*Say no to transaction that burn earth.*”. Fokus pada tiga problem utama: (1) apa yang disebut etis dan tidak etis dalam dunia NFT, (2) memprotes bagaimana sistem NFT hari ini yang berjalan lebih seperti *pyramid scheme* dan kurang dalam edukasi yang baik, serta (3) resiko dampak kerentanan lingkungan yang jadi konsekuensi teknologinya.



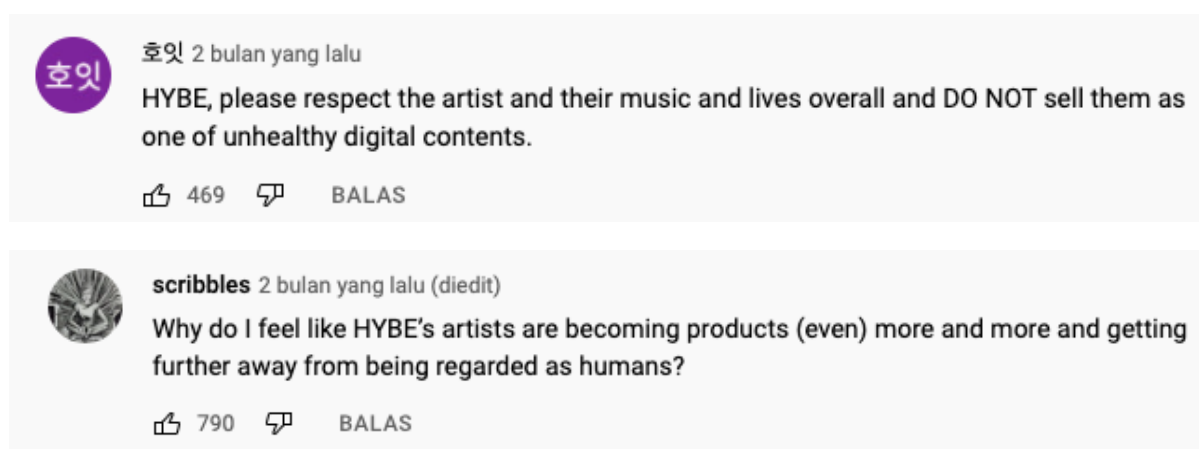
Gambar 4.37 HYBE Labels (perusahaan yang menaungi BTS) mengumumkan rencana pengembangan NFT di agenda Briefing with The Community

Sementara mereka yang pro menyoroiti bagaimana kaum yang kontra terlalu fokus pada apa yang terjadi di dunia NFT hari ini dan tidak mencoba melihat potensi masa depannya sebagai salah satu instrumen di masa depan.



Gambar 4.8 Komentar fans BTS (ARMY) merespon video Briefing with the Community yang membicarakan NFT

Perdebatan yang cukup ramai mengenai etika apa yang sebaiknya pantas dan tidak pantas ditransaksikan sebagai NFT cukup menarik untuk disimak. Salah satu yang paling menarik adalah dalam kasus wacana pembuatan NFT untuk *global group Bangtan Seonyeondan* (BTS). Wacana ini disampaikan oleh Bang Si Hyuk (*Chairman of Hybe*, perusahaan dimana BTS bernaung) pada video yang diunggah di youtube yang berjudul Briefing with the Community bulan November 2021 lalu.



Gambar 4.9 Komentar fans BTS (ARMY) merespon NFT sebagian besar negatif, menyoroiti bagaimana BTS tidak ubahnya produk dan bukan *artist lagi*

Wacana produk dan *roadmap* NFT BTS ini ditanggapi negatif oleh fans. 95% tanggapan di kolom komentar menyoroiti dengan negatif dan pesimis rencana yang



dipaparkan tersebut. Komentar-komentar menentang ini benang merah pesannya sama. Pertama, menyoroti potensi dampak lingkungannya yang kontraproduktif dengan citra BTS (BTS adalah duta lingkungan).

Kedua, adanya resistensi terhadap *monopolistic system* yang punya potensi diamplifikasi oleh sistem NFT. Menyoroti isu objektifikasi bahwa BTS adalah manusia dan *artist* bukan sekedar produk atau mesin pencari uang dan fans bukan sekedar ATM atau sapi perah untuk dikuras uangnya. Potensi objektifikasi yang secara apik diterangkan Walter Benjamin ketika menjelaskan bagaimana pekerja manufaktur menjadi terasing dari pekerjaan mereka dan menerapkannya pada seni. *Workers become commodities when they must sell their alienated labour in the marketplace, just as other goods are sold* (Auslander P, 2021).

BAB 5. NFT DAN KONSTRUKSI MASYARAKAT DIGITAL

Bab ini merangkum penelitian dan temuan yang menjawab pertanyaan penelitian pada skripsi ini yaitu “*Bagaimana aktor (enabler) mempengaruhi proses transformasi interaksi manusia yang termediasi dalam NFT?*”. Jawaban dari pertanyaan itu bisa jadi sangat simpel dan kompleks pada saat yang bersamaan. Secara sederhana, tindakan dan dinamika Enabler turut berperan dalam membentuk dan meletakkan pondasi ekosistem NFT. Dunia apa yang dibentuk pun bentuknya masih sangat cair dan masih banyak berubah tergantung dinamika yang terjadi hari ini dan di masa yang akan datang.

Melalui pembacaan *Enabler* yang sudah dilakukan di bab tiga dan empat kita bisa melihat bahwa ruang bernama NFT ini tidak bebas dari kelindan kepentingan. Memetakan *Enabler* dan mengenal siapa si *Super Enabler* membantu kita mengidentifikasi kemana arah dunia virtual akan bergerak. Lewat pemetaan ini pula kita bisa membaca bahwa *hype* yang terjadi hari ini baik dalam kasus Ghazali maupun Beppe, tidak semata aktivitas transaksi dan jual beli belaka melainkan kelindan kepentingan si Enabler dan terutama super Enabler dalam ranah pemilik *platform*, *investor*, dan penyokong infrastruktur web 3.0 untuk berkontestasi untuk menguasai dunia virtual di era teknologi internet yang baru.

Lantas sebagai individu yang dalam lanskap kontestasi besar itu hanya selayaknya besar butiran debu, apa yang bisa kita perbuat? Pertama kita harus memahami bahwa akan ada budaya baru yang terbentuk, kedua konsekuensi dari pembudayaan baru ini akan mendatangkan risiko, ketiga, bagaimana kita menyikapinya sebagai orang Indonesia, dan sebagai individu?

5.1 *Enabling the Culture*

Pada akhirnya, proses pembudayaan yang dimulai dari memunculkan kebutuhan dan *hype* massa, sampai kemudian bermuara pada penciptaan komunitas dan jejaring penyokongnya mulai dari status sosial, identitas virtual, penggunaan bahasa, hirarki, dan komunitas dimana para individu nya merasa memiliki telah membuat komunitas ini memiliki budaya bermasyarakatnya sendiri.

Komunitas NFT ini merepresentasikan dirinya dengan tampilan yang ‘*distinctive*’. Banyak pengetahuan, dan *insides jokes* dan konteks pemahaman dan pengetahuan bersama di dalamnya. Pertama masuk dan terlibat didalamnya mengingatkan saya pada satu pengalaman ketika tinggal sebentar di Singapura. Saya yang seumur hidup tidak pernah pergi lebih jauh dari Jogja dan Blitar, tiba-tiba harus melihat Singapura dengan segala *custom* kebiasaan,



konteks wilayah, dan aturan masyarakatnya yang berbeda. Barangkali itu ekspresi yang paling tepat untuk menggambarkan komunitas NFT. Seperti melintas daerah atau negara baru, budaya baru.

Masyarakat dan budaya memiliki hubungan yang sangat erat satu sama lain. Tidak ada masyarakat yang bisa eksis tanpa budaya. Budaya memungkinkan kita memiliki bahasa untuk mengekspresikan diri, memiliki kesadaran identitas, dan kolektivitas bernalar (Giddens, 2005; Itulua-Abumere, 2013). Dan di dunia virtual yang seperti ‘negara atau dunia baru ini’ ruang-ruang, tindakan, dan budaya didefinisikan ulang, dipertarungkan satu sama lain, dan coba dibentuk oleh para *Enabler* melalui imaginasi sosialnya masing-masing yang kemudian membentuk citra dan realitas bersama.

5.2 Pseudo Desentralisasi NFT

Teknologi yang dimungkinkan oleh sistem NFT memang menggunakan prinsip desentralisasi. Akan tetapi manusia yang mengoperasikannya tidak. Ada banyak jurang di dunia NFT yang alih-alih diisi aktor-aktor yang terdesentralisasi, justru hanya dikuasai oleh sebagian kalangan.

Aksesibilitas NFT (pengetahuan, jaringan internet, perangkat keras komputer, dll) adalah salah satu faktor potensi pelebaran jarak ini mungkin sekali terjadi. Ada kecenderungan untuk untung besar dan memopoli sistem di sana. Dalam sebuah laporannya, Open Sea (market place NFT) mengungkapkan bahwa 85% dari semua transaksi NFT dilakukan oleh 10% orang yang berasal dari kalangan hirarki teratas, para *whitelister*.

Pada dunia yang disokong oleh dukungan NFT, Metaverse, sendiri sudah jelas dimiliki oleh Marck Zuckeberg, big tech yang memonopoli data di web 2.0. Sementara di dunia NFT, sistem yang sekarang memungkinkan lahirnya Marck Zuckeberg baru, yang hari ini kita sebut sebagai *Super Enabler*.

Alih-alih mengizinkan lebih banyak orang menikmati kesuksesan finansial dan kemudahan sistem yang dapat diberikan oleh *blockchain technology*, NFT justru lebih memberikan kesempatan kepada mereka yang penguasaan teknologi dan informasinya sudah bagus karena ketimpangan penguasaan pengetahuan yang terjadi di masa penetrasi mainstream yang sempat kita bahas melalui studi kasus Bepple dan Ghazali.

Pertanyaan yang harus diajukan sebagai bagian dari publik tidak lagi sederhana ‘apakah kita pro atau kontra dengan NFT?’ akan tetapi ‘kepentingan apa yang dibawa dan diijinkan hadir di dalam ruang NFT?’; ‘bagaimana hal itu akan mempengaruhi kehidupan kita ke depan?’ dan ‘bagaimana kita memanfaatkan pengetahuan untuk agenda kita sendiri?’.

5.3 NFT di Indonesia

Jika Indonesia punya visi dalam mengikuti arus perkembangan NFT dan web 3.0, maka saat inilah pemerataan akses informasi dan jaringan internet menjadi sangat penting. Jika di web 2.0 urgensinya sudah terasa, di web 3.0 ini kebutuhan itu semakin tinggi. Dalam dunia yang serba digital internet punya peran menghubungkan dan memediasi interaksi dan informasi yang mempengaruhi kehidupan sosial secara umum.

Paul DiMaggio pada tahun 2001, menulis sebuah esai yang berjudul "Social Implication of the Internet" Di dalamnya diuraikan bagaimana kesenjangan digital mempengaruhi partisipasi politik dan aspek lain dalam masyarakat. Dalam konteks web 3.0 kesenjangan digital tidak hanya berarti kesenjangan informasi, tetapi juga ekonomi secara langsung berkat sistem

Indonesia masih punya banyak PR dalam pemerataan jaringan internet dan edukasi literasi digital yang didalamnya termasuk aspek literasi keuangan digital. Melihat perkembangan teknologi yang eksponensial, jarak yang hadir di masa web 2.0 tidak akan mengecil di web 3.0 justru membesar dengan presentase jarak yang lebih lebar.

Dalam konteks masyarakat Indonesia hari ini, yang akan terjadi adalah segregasi sosial yang semakin jauh tidak hanya antara daerah pedesaan dan perkotaan, maupun daerah yang memiliki akses internet dan tidak, akan tetapi dari segi kesejahteraan. Mereka yang terliterasi dengan baik dan melek teknologi hari ini berasal dari kalangan ekonomi menengah ke atas. Kesempatan untuk mengambil panggung dan masuk ke dunia NFT/*blockchain* secara terstruktur akan lebih kecil bagi orang-orang yang berasal dari profil keluarga menengah ke bawah dan jauh dari akses teknologi yang layak.

5.4 Refleksi: Paradoks Desentralisasi dan Tuhan Baru Bernama Teknologi

Selama melakukan etnografi digital ada beberapa hal yang penulis kemudian sadari. Pertama, bagaimana interaksi manusia telah berubah bentuknya; kedua, narasi teknologi sebagai kendaraan politik untuk meraih modal atau kekuasaan.

Manusia memang makhluk sosial. Akan tetapi cara kita berinteraksi telah mengalami perubahan seiring berkembangnya zaman. Di era teknologi ini interaksi manusia secara tatap muka tidak lagi menjadi jenis interaksi dominan. Teknologi memungkinkan jenis interaksi termediasi untuk tumbuh dan berkembang. Difasilitasi, melewati, dan dengan intervensi teknologi. Interaksi kita melalui *platform* termediasi secara sepiantas membuat kita memiliki ruang bebas bersuara, mengekspresikan diri, dan terkoneksi satu sama lain tapi di sisi lain



sampai tingkat tertentu kebebasan itu diatur oleh sistem yang lebih besar, dan jejaring di luar kita yang lebih kompleks.

Dalam kasus Ghozali misalnya, kehendak dan interaksi yang dimulai oleh sekelompok orang yang memiliki cukup berpengaruh mampu melambungkan nama dan harga NFTnya. Tiba-tiba pembahasan NFT dan WEB 3 yang tidak begitu populer di Indonesia seolah menjadi penting untuk dibicarakan oleh semua orang. Interaksi tidak berhenti dengan saling bertukar informasi satu sama lain melainkan hingga ketinggian bagaimana *network* bisa diorganisir dan dikapitalisasi hingga sedemikian rupa.

Pengorganisasian dan pengkapitalisasian *network* yang dalam skala lebih besar memungkinkan perubahan sosial yang lebih masif. Dalam komunikasi termediasi salah satu intervensi terbesar berada di tangan Super Enabler. Sebutlah mereka yang hari ini menguasai jejaring digital seperti Elon Musk, Vitalik Buterin, Twitter, Marck Zuckerberg dan Metaverse.

Super Enabler, dengan berbagai latar belakangnya memiliki benang merah yang memasukkan mereka dalam satu kelompok yang sama. Pertama, mereka adalah orang-orang kaya dunia yang lahir bukan dari sistem konglomerasi dunia lama. Mereka adalah generasi yang tumbuh dengan ‘kekecewaan’ pada sistem dan negara yang lama. Kedua, mereka tumbuh dan mengembangkan modal kapital dan sosialnya dengan menggugat sistem lama dan menciptakan sistem alternatif yang dimungkinkan oleh teknologi. Menjadikan teknologi sebagai kuda tunggang perubahan konstruksi masyarakat.

Teknologi diciptakan oleh manusia untuk mempermudah aktivitas kesehariannya. Bersama teknologi, selalu dititipkan narasi agar peradaban manusia akan semakin maju dan berkembang lebih baik. Narasi pemegang teknologi dari era web 1.0 hingga web 3.0 memiliki pola yang tidak jauh berbeda: demokratisasi untuk kehidupan yang lebih baik. Jika pada web 1.0 narasinya adalah demokratisasi informasi yang sebelumnya banyak dikuasai pihak penguasa atau pemilik modal, di web 2.0 adalah demokratisasi interaksi yang sebelumnya hanya satu arah, di web 3.0 dan dunia NFT berbicara tentang demokratisasi aset dan kapitalisasi jaringan. Demokratisasi berbicara tentang pembebasan, mengambil daya yang dipegang oleh instrumen penguasaan terpusat ke tangan individu atau desentralisasi.

Sayangnya, diskursus desentralisasi hari ini tidak sesederhana itu. Filosofi teknologi web 3.0 dan NFT boleh saja berbicara tentang desentralisasi dan *power to the people* akan tetapi praktek teknologi oleh manusia selalu memiliki kecenderungan untuk mensentralisasi. Dalam praktek web 3.0 dan NFT, kita bebas melakukan dan memperdagangkan apapun di sana selama masih berada di dalam *platform* dan mengikuti aturan pemilik *platform*. Token sebagai tanda kepemilikan aset, dahulu hanya diterbitkan, dipegang dan diatur oleh institusi



negara (uang, emas, sertifikat) melalui bank sentral. Sekarang kita mengenal *cryptocurrency* dan *non fungible token*. Bagi individu, tidak ada yang berubah kecuali tempat dan aturan tempat kita melakukan interaksi dan aktivitas ekonomi termediasi. Akan tetapi bagi Super Enabler yang memegang platform dan sistem, perebutan berarti perebutan dominasi kekuasaan dan sistem yang akan digunakan di masyarakat. Teknologi tidak lain adalah kuda tunggang baru merebut kapital dan kekuasaan.

5.5 Pertanyaan Penutup

Skripsi ini ditulis dengan harapan bisa menjadi peta awal untuk membantu menavigasi ruang virtual baru di mana NFT berada. Selayaknya sebuah peta awal dari hutan belantara yang belum dijelajahi, mungkin tugasnya tidak akan panjang, akan tetapi paling tidak secara personal bagi penulis ini adalah titik awal untuk melangkah ke eksplorasi belantara yang lebih mendalam.

Bab terakhir tidak akan mengantarkan kita kepada jawaban, tetapi justru kepada lebih banyak pertanyaan. Dan terserah kita masing-masing bagaimana mendefinisikan jawaban dan sikap untuk meresponnya. Ijinkan saya menutup skripsi ini dengan sebuah pertanyaan pembuka:

“Apa risiko dan potensi NFT bagi (masukkan profesi dan peran Anda di lingkungan)? Bagaimana kemudian kita dapat meminimalkan risikonya dan memaksimalkan potensinya?”

Selamat menjelajahi hutan belantara.

DAFTAR PUSTAKA

- Anttiroiko, Ari-Veikko. (2015). Networks in Manuel Castells' theory of the network society. MPRA Paper 65617.
- Beckert, J. (2011). STATE OF THE ART: Where do Prices Come from? Sociological Approaches to Price Formation. *Socio-Economic Review* 9, 757–786. Advance Access publication April 27, 2011. <https://doi.org/10.1093/ser/mwr012>
- B.20 OWN THE METAVERSE RENAISSANCE. (2022). Retrieved 5 February 2022, from <https://b20.metapurse.fund/>
- Bloomberg.com. 2021. Bloomberg - Are you a robot?. [online] Available at: <<https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2021-03-04/the-nft-phenomenon-is-for-real>> [Accessed 1 May 2021].
- Brent, C. (2022). Web3 will change the future of personal identity | Yonder. Retrieved 7 February 2022, from <https://yonderconsulting.com/web3-will-change-the-future-of-personal-identity/>
- Cavanagh A. (2013) Imagining Networks: The Sociology of Connection in the Digital Age. In: Orton-Johnson K., Prior N. (eds) *Digital Sociology*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137297792_12
- C Berg, S Davidson, and J Potts, *Understanding the Blockchain Economy* (Edward Elgar, 2019) ch 5.
- Chantal, Charnet & Veyrier, Clair-Antoine. (2021). Virtual ethnography methodology for researching networked learning. 978-1.
- Chiu, I. H. (2021). *Regulating the Crypto Economy: Business Transformations and Financialisation*. United Kingdom: Bloomsbury Publishing.
- Costagliola, A., 2022. *The Role of Social Media Influencers in The Spectacle of Soft Power | Media@LSE*. [online] Blogs.lse.ac.uk. Available at: <<https://blogs.lse.ac.uk/medialse/2021/06/10/the-role-of-social-media-influencers-in-the-spectacle-of-soft-power/>> [Accessed 4 January 2022].
- Crossley, N. and Edwards, G., n.d. *Cases, Mechanisms and the Real: The Theory and Methodology of Mixed-Method Social Network Analysis*.
- Digital Trends. 2021. NFTs and the Explosive Rebirth of Artificial Scarcity | Digital Trends. [online] Available at: <<https://www.digitaltrends.com/features/nfts-artificial-scarcity/>> [Accessed 1 May 2021].
- De Mattei, S., 2022. *2021's NFT Boom: A Short History – ARTnews.com*. [online] Artnews.com. Available at:



<<https://www.artnews.com/list/art-news/artists/2021-year-of-the-nft-1234614022/>>
 [Accessed 3 February 2022].

Desk, T., 2022. *Google Trends data shows interest in 'NFT' is now greater than 'crypto'*. [online] The Indian Express. Available at: <<https://indianexpress.com/article/technology/crypto/google-trends-data-reveal-interest-in-nft-is-now-greater-than-crypto-7689897/>> [Accessed 15 January 2022].

Dunn, S. and Sprung, S., 2022. *The All-Star Owners of the Bored Ape Yacht Club*. [online] Boardroom. Available at: <<https://boardroom.tv/bored-ape-nft-celebrity-owners/>> [Accessed 10 January 2022].

Figaredo, Daniel & Beaulieu, Anne & Estalella, Adolfo & Gómez Cruz, Edgar & Schnettler, Bernt & Read, Rosie. (2007). *Virtual Ethnography*. Forum: Qualitative Social Research. 8.

Grundlingh, Lezandra. (2017). Memes as speech acts. *Social Semiotics*. 28. 10.1080/10350330.2017.1303020.

Gasoi, L., 2022. *NFT performance art: Corporations could capitalize on protest*. [online] The Conversation. Available at: <<https://theconversation.com/nft-performance-art-corporations-could-capitalize-on-protest-157557>> [Accessed 3 November 2021].

Husain, S., Franklin, A. and Roep, D., 2020. The political imaginaries of blockchain projects: discerning the expressions of an emerging ecosystem. *Sustainability Science*, 15(2), pp.379-394.

HYBE LABELS, 2021. *2021 HYBE BRIEFING WITH THE COMMUNITY*. [video] Available at: <<https://www.youtube.com/watch?v=XBIDpFNrOZA>> [Accessed 17 December 2021].

<https://pbs.twimg.com/media/FJgbDXvX0AAapuH?format=jpg&name=large>. (2022). [Image].

Irwin, K., 2022. *OpenSea Exploit Sees Bored Ape Yacht Club NFT Sell For \$1,700 in Ethereum* - Decrypt. [online] Decrypt. Available at: <<https://decrypt.co/91076/opensea-exploit-sees-bored-ape-yacht-club-nft-sell-1700>> [Accessed 14 January 2022].

Itulua-Abumere, Flourish. (2013). Sociological concepts of culture and identity. *Society and culture*. [accessed Jan 25, 2022].

Jianwei.com. 2021. *Network Society* – Jiyan Wei. [online] Available at: <<http://www.jiyanwei.com/mediapedia/network-society>> [Accessed 2 May 2021].

Jordan, B. (2009). Blurring Boundaries: The "Real" and the "Virtual" in Hybrid Spaces. *Human Organization*, 68(2), 181-193. Retrieved June 15, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/44148549>



Julianto, A., 2022. *NFT Magic! Ghazali Cuan Billion From Selling Selfie Photo Collection On Opensea*. [online] VOI - Waktunya Merevolusi Pemberitaan. Available at: <<https://voi.id/en/technology/123686/nft-magic-ghazali-cuan-billion-from-selling-selfie-photo-collection-on-opensea>> [Accessed 30 December 2021].

Kahan, D., 2022. *Gary Vaynerchuk's VeeFriends Combine NFTs with Social Tokens - The Defiant*. [online] The Defiant. Available at: <<https://thedefiant.io/gary-vaynerchuks-veefriends-combine-nfts-with-social-tokens/>> [Accessed 6 January 2022].

Kariuki, D., 2022. *Only Insiders Are Reaping Big From NFT Sales, Study Finds*. [online] ZyCrypto. Available at: <<https://zycrypto.com/only-insiders-are-reaping-big-from-nft-sales-study-finds/>> [Accessed 13 January 2022].

Klein, J. (2022). Retrieved 5 February 2022, from <https://www.inputmag.com/culture/bored-ape-yacht-club-nft-nyc-ape-fest>

Kristina, D., Al Makmun, T., Habsari, S. and Thoyibi, M., 2021. Millennials' Communication Style and Politeness Through Their Memes Using Multimodality Analytical Lens. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, [online] Available at: <<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>> [Accessed 15 January 2022].

Locke, T. (2022). CNBC Make It. Retrieved 6 November 2021, from <https://cnbc.com/2021/04/07/buyer-of-69-million-dollar-beeple-art-metakovan-on-nfts.html>

Martino, Francesco & Spoto, Andrea. (2006). Social Network Analysis: A brief theoretical review and further perspectives in the study of Information Technology. *PsychNology Journal*. 4. 53-86.

Musk, E. (2021). *NFTception: Elon Musk menjual NFT lagu tentang NFT* [Image]. Retrieved from https://twitter.com/elonmusk/status/1371549960030842893?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1371549960030842893%7Ctwgr%5E%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fobserver.com%2F2021%2F03%2Felon-musk-tweet-nft-song%2F

NFTs go mainstream: breaking down the global audience. (2021). Retrieved 17 November 2021, from <https://fifty.io/resources/nfts-go-mainstream>

One-Hundredth Stream | ZORA. (2022). Retrieved 10 January 2022, from <https://zora.co/collections/zora/337>

Pandey, K., 2022. *Why Are Bored Ape NFTs So Expensive?* | *Jumpstart Magazine*. [online] Jumpstart Magazine. Available at: <<https://www.jumpstartmag.com/why-are-bored-ape-nfts-so-expensive/#:~:text=While%20each%20individual%20Ape%20is,the%20price%20of%20the%20Apes>> [Accessed 10 January 2022].



Recuero, Raquel & Amaral, Adriana & Monteiro, Camila. (2012). Fandoms, Trending Topics, and Social Capital in Twitter. SPIR - Selected Papers of Internet Research. 13. [diakses pada 11 Januari 2022].

Reijers, W., Coeckelbergh, M. The Blockchain as a Narrative Technology: Investigating the Social Ontology and Normative Configurations of Cryptocurrencies. *Philos. Technol.* 31, 103–130 (2018). <https://doi.org/10.1007/s13347-016-0239-x>

Sandal, G., 2022. *The Rise of Virtual Status Symbols: Blockchain, Digital Art and NFTs*. [online] Future Proof. Available at: <<https://www.futuresplatform.com/blog/rise-virtual-status-symbols>> [Accessed 5 January 2022].

Shah, K. (2022). Why Is Everyone Obsessed With NFTs?. Retrieved 7 January 2022, from <https://bettermarketing.pub/why-is-everyone-obsessed-with-nfts-8f913985c7b4>

Shinoda, M. (2022). *Creators who have been commodified by platforms forever*. [Image]. Retrieved from <https://twitter.com/mikeshinoda/status/1357930845156216832>

Solskulls.com. 2022. *solskulls.com*. [online] Available at: <<http://solskulls.com>> [Accessed 3 February 2022].

Stebbins, Robert. (2001). Exploratory research in the social sciences: what is exploration? *Exploratory Research in the Social Sciences*. 2-18.

Suarez, Marcela. (2018). What can multi-sited and digital ethnography contribute to innovation studies in the global South? *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*. 11. 1-9. 10.1080/20421338.2018.1528703.

Sundaresan, V. (2022). About - Vignesh Sundaresan. Retrieved 5 February 2022, from <https://vigneshsundaresan.com/about/>

The Ultimate NFT Slang Dictionary. (2022). Retrieved 5 February 2022, from <https://www.startwithnfts.com/posts/the-ultimate-nft-slang-dictionary>

Torrey, J., 2022. *The Ultimate NFT Slang Dictionary*. [online] Startwithnfts.com. Available at: <<https://www.startwithnfts.com/posts/the-ultimate-nft-slang-dictionary>> [Accessed 16 January 2022].

Trautman, Bitcoin, Virtual Currencies, and the Struggle of Law and Regulation to Keep Peace (2018) 102 *Marquette Law Review* 447: D Zelic and N Baros Cryptocurrency General Challenges of Legal Regulation and the Swiss Model of Regulation in Conference Proceedings of 33rd International Scientific Conference on Economic and Social Development Managerial Issues in Modern Business. Warsaw, 26-27 September 2018 (Springer, 2018) at 168. S Diaz-Santiago, LM Rodriguez-Henriquez and D Chakraborty. Cryptographic Study of Tokenization Systems (2016) 15 *International Journal of Information Security* 413 argues that multifunctional tokens are efficient.



Twitter, 2022. *Introducing NFT profile picture*. [image] Available at: <https://pbs.twimg.com/media/FEB23oPWQAA739D.jpg> [Accessed 2 January 2022].

Vasalou, Asimina & Joinson, Adam & Bänziger, Tanja & Goldie, Peter & Pitt, Jeremy. (2008). Avatars in social media: Balancing accuracy, playfulness, and embodied messages. *International Journal of Human-Computer Studies*. 66. 801-811. 10.1016/j.ijhcs.2008.08.002.

Velthuis, O. (2003). Symbolic Meanings of Prices: Constructing the Value of Contemporary Art in Amsterdam and New York Galleries. *Theory and Society*, 32(2), 181-215. Retrieved June 18, 2021, from <http://www.jstor.org/stable/3108578>

Wasserman, Stanley; Faust, Katherine (1994). "Social Network Analysis in the Social and Behavioral Sciences". *Social Network Analysis: Methods and Applications*. Cambridge University Press. pp. 1–27. ISBN 9780521387071.