

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

NFT atau *Non-Fungible Token* adalah salah satu tren yang sedang berkembang di kalangan seni digital saat ini dan memiliki *hype* yang sangat tinggi (StockSetup, 2021). NFT sendiri secara mudah dapat diartikan sertifikat kepemilikan dari sebuah aset digital seperti foto, gambar, video, musik, dan lainnya. NFT ini mengubah karya seni digital dan aset digital lainnya menjadi satu-satunya dan memiliki kode identitas yang unik, sehingga aset tersebut memiliki *essence of rarity* atau nilai kelangkaan dan memiliki nilai yang sangat tinggi.

Pasar dari NFT ini sudah memiliki volume penjualan pada kuartal II/2021 mencapai US\$ 2,5 miliar atau sekitar Rp 35 triliun, yang sebelumnya hanya mencapai US\$ 13,7 juta pada awal 2021 (Reuters, 2021). Menurut penelitian dari NonFungible.com, permintaan NFT ini mencapai puncaknya pada bulan Mei 2021 ketika para selebriti dan ikon olahraga bergabung melalui platform NFT seperti Sothebys dan Christies dan NBA Top Shot, membuat gelombang permintaan NFT semakin tinggi (TheJakartaPost, 2021). Beeple, salah satu seniman 3D yang populer, berhasil menjual karya kolase NFT nya melalui balai lelang Christies, dengan judul “Everydays: The First 5000 Days” seharga US\$ 69 juta atau setara lebih dari Rp 1 triliun pada Maret 2021 lalu. Ia dinobatkan sebagai salah satu dari tiga seniman hidup dengan penghasilan tertinggi. Beeple mengatakan bahwa disaat semua orang ingin memiliki sebuah aset atau barang, maka aset atau barang tersebut akan memiliki nilai yang sangat tinggi (BussinesInsider, 2021).

CEO Digital Exchange Duwi Sudarto mengungkapkan bahwa di Indonesia sendiri tren dan minat terhadap NFT mulai meningkat dari tahun 2021, walaupun dari segi volume penjualan dan informasi belum banyak dan belum signifikan (StockSetup, 2021). Co-Founder & CTO KaryaKarsa, Aria Rajasa juga menjelaskan bahwa NFT sudah banyak mengubah hidup banyak orang jika dilihat

fenomena diluar sana dan menjadi kesempatan menarik untuk kreator dalam berkarya terutama para seniman digital, namun memang tidak semua kreator ini paham tentang *know & how* seputar NFT (DailySocial, 2021). Ekonom Core Indonesia, Yusuf Rendy Manilet juga menilai bahwa studi literatur mengenai NFT masih sangat terbatas terutama di negara berkembang seperti Indonesia, namun ia yakin bahwa NFT memiliki potensi besar kedepannya (Ekonomi.com, 2022).

Kondisi dari informasinya pun saat ini masih berserakan di internet maupun media sosial berupa tulisan dan minim visualisasi, terutama yang memberikan informasi suksesnya menjual NFT tanpa memberi tata caranya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Michelle Sherina pada tanggal 14 Februari 2022 via *e-mail*, dan juga wawancara dengan Maochwan pada tanggal 18 Februari 2022 via Discord, dua seniman digital yang cukup berhasil dalam menjual NFT, mengatakan bahwa informasi seputar NFT sudah cukup banyak di internet, namun rata-rata informasi tersebut masih berupa artikel berita dan *thread* di berbagai sosial media seperti Twitter dan Discord. Selebihnya, mereka berdua mendapatkan informasi dengan cara bertanya dengan seniman NFT lain yang sudah dulu berhasil dan aktif dalam berkomunitas.

Fenomena Ghozali Everyday adalah salah satu contoh kasus di mana banyak masyarakat yang beranggapan bisa dijadikan ladang bisnis dengan mudah. Mereka takut tertinggal atau *FOMO (Fear of Missing Out)* dan menjual apapun sebagai NFT tanpa mencari informasi dan ilmunya terlebih dahulu (Kompas.com, 2022). Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis lewat Twitter Space NFT Talk yang dihadiri para kolektor dan seniman NFT berpengalaman, Ghozali Everyday adalah sebuah fenomena yang tidak akan bisa terulang, kecuali mereka memiliki sesuatu yang cukup unik dan bisa dijual seperti Ghozali. Selain itu, dari survei yang penulis lakukan di beberapa *art community*, serta dari hasil kuesioner yang telah disebar didalamnya, terdapat beberapa seniman digital yang sudah mencoba menjual NFT namun belum banyak yang berhasil, alasannya bisa bermacam-macam, seperti ide dan konsep yang kurang unik dan belum matang, jarang melihat market dan tren, tidak melakukan *self-branding*, belum mempunyai *roadmap*, dan lain-lain.

Menurut Dr. Indrawan Nugroho, NFT perlu sebuah panduan yang menjelaskan secara mendalam cara kerjanya dan apa saja yang perlu dilakukan agar para seniman digital bisa berhasil menjual karyanya lewat NFT secara baik dan benar (CloseTheDoor, 2022)

Berdasarkan permasalahan yang sudah dijabarkan, maka dibutuhkan sebuah perancangan media informasi mengenai NFT bagi para seniman digital. Dari perancangan ini diharapkan dapat membantu para pembaca terutama seniman digital yang ingin belajar ilmu lebih jelas mengenai definisi dan bagaimana cara menjual NFT dengan *step by step* yang baik dan benar.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah yang akan diselesaikan dalam perancangan ini adalah informasi seputar NFT yang sulit untuk dicari secara mendalam dan tidak memberikan gambaran atau visualisasi yang cukup, disebabkan oleh informasi yang tersebar di internet dan media sosial masih berupa artikel berita dan *thread* yang panjang, sehingga dampak yang terjadi adalah calon penjual NFT khususnya seniman digital akan sulit mencerna informasinya dengan baik, kesulitan untuk menjual, bahkan ragu untuk terjun ke NFT. Oleh karena itu perlu dilakukan perancangan sebuah media informasi mengenai NFT sebagai solusi dari permasalahan tersebut agar memudahkan para calon penjual NFT khususnya seniman digital untuk berhasil menjual karyanya. Adapun rumusan masalah masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan media informasi mengenai NFT bagi seniman digital?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian untuk tugas akhir ini, penulis melakukan segmentasi berdasarkan demografis dan psikografis, dengan batasan usia, pendidikan, serta pekerjaan spesifik kepada seniman digital seperti ilustrator dan *freelancer* yang belum pernah mencoba NFT maupun sudah pernah namun belum cukup berhasil. Berikut adalah rincian target sasaran desain:

- Usia : 18-30 tahun.
- Pendidikan : Minimal SMA.

- Pekerjaan : Seniman digital, Ilustrator, Freelancer.
- Tingkat ekonomi : SES B (menengah keatas).
- Gaya hidup : *Expressive* dan *Driven*, berani mengekspresikan dirinya pada sebuah karya dan berambisi untuk sukses.
- Aktifitas : Belajar, Berkreasi, Bersosialisasi, Berjualan Online.
- Ketertarikan : Seluruh hal yang berkaitan dengan seni digital.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Membuat perancangan media informasi mengenai NFT bagi seniman digital terutama calon penjual maupun yang sudah pernah menjual namun belum berhasil, agar dapat memberikan panduan lengkap seputar NFT.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang didapatkan dari Tugas Akhir ini antara lain:

1. Manfaat untuk penulis: Menambah dan mengembangkan pengetahuan penulis akan desain dan pengaplikasiannya pada media informasi berdasarkan data yang ada, menambah pengetahuan NFT akan cara kerja serta perannya bagi penulis, menambah pengetahuan akan cara berkomunikasi dan presentasi yang baik, dan lain-lainnya.
2. Manfaat untuk pembaca: Dapat menambahkan pengetahuan masyarakat tentang NFT bagi seniman digital, meluruskan kesalahpahaman yang ada seputar NFT, serta memberikan panduan cara kerja NFT sehingga mereka bisa belajar untuk menjual karyanya dengan baik dan benar.
3. Manfaat untuk universitas: Menjadi referensi bagi mahasiswa-mahasiswa lain yang ingin mengambil tugas akhir dengan tema yang mirip dengan tema yang diangkat, menjadi referensi baru bagi universitas akan industri NFT karena masih tergolong baru dan sedikit yang mengangkat, serta menjadi informasi tambahan bagi universitas akan kemampuan anak didiknya yang menggunakan pelajaran-pelajaran yang diajarkan selama ini untuk membantu menangani suatu masalah.