

## BAB III

# METODE PENELITIAN DAN PERANCANGAN

### 3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan penulis dalam perancangan tugas akhir ini adalah metode kualitatif dan kuantitatif. Menurut Yusuf (2014, hl. 328), penelitian kualitatif bertujuan untuk mencari makna, pengertian, serta memahami suatu fenomena atau kejadian sosial terhadap kehidupan manusia dengan cara melakukan interaksi langsung antara peneliti dengan fenomena atau objek yang diteliti. Sedangkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan tingkah laku atau perilaku manusia yang dapat diperhitungkan dan diukur sehingga menghasilkan data yang objektif (hl. 58).

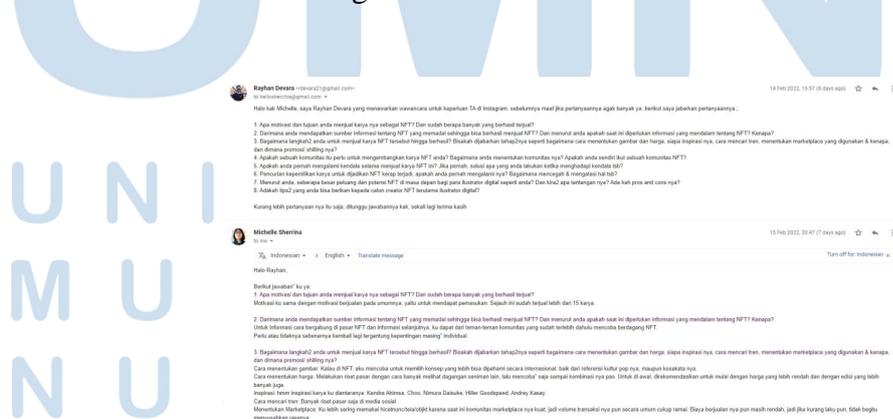
#### 3.1.1 Metode Kualitatif

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode kualitatif dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi.

##### 3.1.1.1 Wawancara dengan seniman NFT

Wawancara dilakukan dengan dua seniman NFT yang sudah cukup berhasil menjual karyanya sebagai NFT, yaitu Michelle Sherrina (@sherrchle) dan juga Maochwan (@miao.exe) dengan tujuan untuk mendapatkan informasi seputar NFT dari senimannya langsung.

##### 1. Wawancara dengan Michelle Sherrina



Gambar 3.1. Wawancara dengan Michelle Sherrina

Wawancara dengan seniman NFT Michelle Sherrina dilakukan pada Selasa, 15 Februari 2022 via e-mail. Sebelum proses wawancara, penulis menyiapkan beberapa pertanyaannya terlebih dahulu lalu dikirimkan lewat e-mail narasumber. Disini penulis mencoba bertanya untuk mendapatkan informasi seputar NFT serta pendapat langsung dari senimannya. Beberapa pertanyaan tersebut berupa motivasi menjual, langkah-langkah yang baik dalam menjual karya, kendala yang dialami dan solusi, serta beberapa tips yang bisa diberikan kepada calon penjual lain.

Motivasinya dalam menjual NFT adalah sama dengan motivasi berjualan pada umumnya, yaitu mendapatkan pemasukan. Michelle sendiri sudah berhasil menjual lebih dari belasan karya NFT di marketplace Hic Et Nunc dan Objkt, dan sudah memiliki pengikut sejumlah 17 ribu di Instagram dan 3 ribu di Twitter. Ia mendapatkan informasi seputar NFT dari komunitas dimana didalamnya terdapat para seniman yang lebih dulu terjun kedalam NFT, dan menurutnya informasi tersebut sangatlah penting bagi calon penjual yang memang memiliki minat terhadap NFT. Menurut Michelle hal ini dikarenakan belum banyak informasi yang mendalam tentang NFT di internet, jadi harus rajin bertanya kepada yang berpengalaman.

Disini penulis juga belajar bahwa menjual NFT perlu langkah-langkah yang baik dan konsisten, dimulai dari menentukan karya dengan konsep yang lebih bisa dipahami secara internasional baik dari referensi pop kultur maupun kosakatanya. Banyak melakukan riset pasar dan tren dengan cara melihat dagangan NFT seniman lain yang berfungsi untuk menentukan harga yang sesuai dengan karya kita, serta coba mencari 2 atau 3 inspirasi yang bisa menjadi kiblat karya NFT.

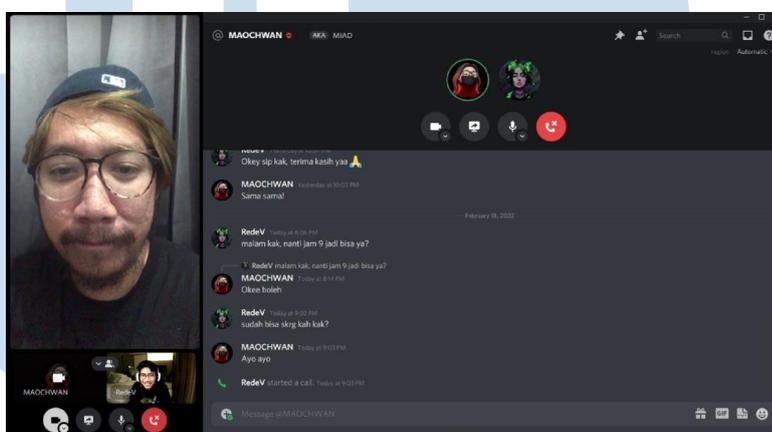
Promosi NFT juga tidak boleh dilupakan karena hal ini menentukan seniman akan mendapatkan market atau tidak. Biasanya promosi dilakukan di sosial media Twitter dan Discord dengan sebutan *shilling*. Selain usaha secara pribadi, peran komunitas juga sangat penting untuk saling membantu antar seniman NFT melawan gelombang algoritma sosial media. Caranya pun bisa bermacam-macam, seperti rajin bertanya dan berinteraksi, serta saling sebar karya di sosial media dan promosi karya satu sama lain.

Menurut Michelle dalam menjual NFT sudah pasti ada kendala yang dialami oleh mayoritas seniman, yang utama adalah karya dagangan sepi dan tidak kunjung laku. Solusi yang bisa dijalankan adalah mengubah cara pandang dan ekspektasi saat berjualan serta rajin eksperimen untuk menentukan konsep dan tema karya dengan lebih matang. Selain itu, kendala seperti pencurian karya juga kerap terjadi di kalangan seniman digital, walaupun Michelle tidak pernah mengalaminya namun beberapa temannya pernah. Sayangnya belum ada pencegahan serta solusi yang akurat, sama halnya seperti pembajakan musik atau film yang tersebar di internet, namun dengan memberitahukan teman seniman NFT lain untuk melaporkan akun tersebut hingga diblokir oleh marketplace NFT adalah satu-satunya cara yang memungkinkan.

Potensi NFT di masa depan dari kacamata narasumber Michelle sangatlah bagus, mengingat konsep *Metaverse* yang sudah mulai dikembangkan oleh Facebook menggunakan semua aset digital yang dimiliki masing-masing individu. Namun untuk sekarang, NFT masih menjadi marketplace yang baru bagi para seniman digital dalam menjajakan karyanya, dan yang terpenting

bagi seniman digital yang berminat NFT harus banyak riset, belajar, membaca dan berhati-hati. Pelajari etika dalam berkarya seperti berjualan, promosi atau *shilling*, dan atur ekspektasi dengan sehat agar tidak mudah tertekan saat karyanya belum laku di pasaran.

## 2. Wawancara dengan Maochwan



Gambar 3.2. Wawancara dengan Maochwan

Wawancara dengan seniman NFT Maochwan dilakukan pada Jumat, 18 Februari 2022 via Discord Call. Sebelum proses wawancara, penulis masih menyiapkan pertanyaan yang sama dengan narasumber sebelumnya karena memiliki tujuan wawancara yang sama, namun kali ini akan ditanyakan langsung saat wawancara.

Ia mulai terjun ke NFT sekitar bulan Agustus karena mendapatkan informasi dari teman senimannya. Dari situ, ia baru mencoba media NFT untuk *share* karyanya, karena berangkat sebagai seniman mural jalanan dan hanya *share* karyanya lewat Instagram. Tentu saja setelah tren NFT semakin berkembang dan karyanya mulai dikenal, ia mulai mendalami NFT sebagai lahan

baru untuk mencari pemasukan tambahan sebagai seniman. Sudah ada belasan karya yang berhasil dijual olehnya lewat NFT di marketplace Hic Et Nunc, namun sebenarnya karya yang dibuat tapi belum terjual ada sekitar 20 buah. Sekarang ia sudah memiliki 3,5 ribu pengikut di Instagram yang aktif menunggu karya selanjutnya. Menurut nya, sisa karya yang belum laku terjual dikarenakan memiliki market yang berbeda dari karya yang sudah laku, karena ia sudah memiliki audiens dan pasarnya sendiri, jadi saat coba menjual sisanya di pasar yang lain maka akan lebih sulit terjual. Maochwan sendiri memilih market Tezos dan menjual karya nya di Hic Et Nunc, karena menurutnya market tersebut memiliki nilai jual yang masuk akal dan jenis NFT yang lebih variatif dan eksploratif, sedangkan market Ethereum (ETH) seperti Opensea, memiliki nilai jual yang tinggi namun persaingannya sangat sulit dan jenis karyanya monoton seperti PFP atau *Profile Picture* saja.

Langkah utama yang harus dilakukan oleh seniman digital dalam menjual NFT menurut Maochwan adalah membuat *self-branding* atau memiliki suatu keunikan tersendiri, karena itu akan memudahkan seorang seniman memiliki marketnya sendiri. Sisanya, sama seperti yang dijabarkan narasumber sebelumnya, yaitu harus rajin mencari informasi, riset pasar dan tren untuk menentukan harga yang sesuai, dan ikut berpartisipasi dalam sebuah komunitas untuk membantu seniman berkembang satu sama lain. Menurutnya komunitas di Twitter adalah salah satu media yang paling cepat memberikan informasi tentang NFT, namun perlu rajin riset lebih dalam lagi karena terkadang informasinya kurang sesuai dengan yang dibutuhkan. *Shilling* juga dilakukan Maochwan untuk promosi karya NFT nya lewat

Twitter dan Discord, dengan perbandingan 70% market internasional dan 30% pembeli lokal.

Kendala yang dialami oleh Maochwan mirip dengan narasumber sebelumnya, yaitu terkadang karya yang dijual sulit untuk laku. Hal ini dikarenakan ia masih ragu untuk menentukan promosi atau *shilling* karya yang tepat dimana dan kepada siapa, karena terkadang banyak pembeli atau akun penyebar promosi tidak sesuai dengan angka pengikut atau palsu. Solusi yang dilakukan bisa dengan cara mengecek tempat atau akun promosi tersebut sudah cukup memiliki reputasi atau tidak, jika kurang terpercaya maka tidak perlu promosi karya di tempat atau akun tersebut.

Menurut Maochwan, peluang dan potensi NFT di masa depan bagi para seniman digital tentu saja besar, NFT bisa dipakai layaknya galeri bagi para kreator NFT, serta mendapatkan apresiasi lebih mudah dari sebelumnya dimana agak sulit didapatkan bagi para seniman digital. Adapun tantangannya menjual NFT, yaitu pengaruh emosional kepada kreatornya, keinginan untuk laku dan berhasil dengan cepat terutama untuk yang baru mencoba, padahal perlu banyak belajar dan pengalaman terlebih dahulu. Menurutnya, perlu juga ada sebuah media informasi untuk memudahkan mereka belajar lebih dalam seputar NFT, selanjutnya kembali lagi ke senimannya, *do your own research*.

### **3.1.1.2 Kesimpulan wawancara dengan seniman NFT**

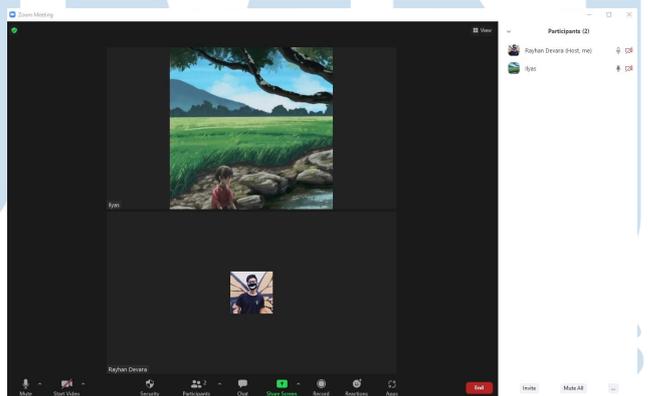
Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan dua seniman NFT, penulis dapat mengetahui bahwa menjual karya NFT perlu banyak langkah yang diperhatikan, seperti menentukan konsep dan ide yang matang, *self-branding*, rajin mencari tren, menentukan market yang

sesuai, ikut promosi atau *shilling* bersama komunitas, dan lain-lain. Selain itu, terdapat juga kendala yang akan dihadapi oleh kreator NFT, pada umumnya adalah karya yang sulit laku terjual. Solusinya adalah merubah pikiran dan emosional akan berhasil secara instan, serta tetap belajar dan eksperimen membuat karya dengan proses. Peluang NFT juga sangat besar bagi para seniman digital, namun semuanya kembali lagi kepada minat belajar dan mencari informasi dari senimannya. Untuk media informasinya sendiri, penulis dapat menyimpulkan bahwa informasi paling cepat didapatkan dari sosial media Twitter dan juga bertanya lewat komunitas, belum ada sebuah media panduan khusus yang membahas seputar NFT.

### 3.1.1.3 Wawancara dengan seniman digital konvensional

Wawancara dilakukan dengan salah satu seniman digital konvensional yang sudah cukup berhasil menjual karyanya secara umum seperti menerima komisi dan proyek *freelance*, yaitu Ilyas Kridia (@ikridia) dengan tujuan untuk mendapatkan informasi dan pendapat narasumber tentang NFT.

#### 1. Wawancara dengan Ilyas Kridia



Gambar 3.3. Wawancara dengan Ilyas Kridia

Wawancara dengan seniman digital konvensional Ilyas Kridia dilakukan pada Selasa, 15 Februari 2022 via e-mail. Sebelum

proses wawancara, penulis menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai untuk seniman konvensional. Disini penulis mencoba bertanya untuk mendapatkan informasi dari seniman konvensional mengenai pendapatnya tentang NFT. Beberapa pertanyaan tersebut berupa informasi NFT apa yang dibutuhkan, alasan ingin mencoba, langkah-langkah yang sudah dan belum diketahui, serta langkah kedepannya sebagai seniman konvensional menghadapi industri NFT.

Sebagai seorang seniman digital konvensional dengan jumlah pengikut Instagram lebih dari 20 ribu dan sudah pernah bekerja dengan beberapa proyek cukup besar, tentunya Ilyas pernah mendengar informasi tentang NFT dari berbagai sumber. Alasannya ingin mencoba NFT tentu saja sebagai pemasukan tambahan. Ia pun pernah mencoba untuk menjual karyanya sebagai NFT karena penasaran, namun belum cukup berhasil. Menurut Ilyas, ia belum berhasil menjual karya NFT karena belum berani mencoba lebih dalam dikarenakan kurangnya informasi NFT yang sesuai untuk dirinya, setidaknya ia sudah tahu dulu apa itu NFT.

Ilyas mendapatkan beberapa informasi tentang NFT rata-rata dari teman senimannya, Youtube dan Instagram, karena ia selalu menemukan banyak berita tentang NFT disana, namun bukan informasi seputar bagaimana cara menjual NFT dengan benar. Ia pun berkata masih membutuhkan beberapa informasi lebih tentang NFT karena tidak ingin hanya coba-coba saja, terutama tentang cara menentukan konsep karya yang menarik dan juga menentukan komunitas yang suportif dan terpercaya. Menurut Ilyas, menentukan konsep karya yang menarik sangat penting agar idenya bisa tersampaikan. Selain itu dalam menentukan

komunitas, Ilyas lebih nyaman di lingkup kecil namun informasinya jelas daripada komunitas besar namun informasi yang diberikan terlalu banyak sehingga membuat kebingungan.

Ilyas yakin potensi NFT kedepannya akan sangat bagus bagi seniman digital seperti dirinya, apalagi jika *Metaverse* akan benar-benar jadi kenyataan. Namun, karena belum menemukan informasi NFT yang sesuai dan belum mencoba untuk masuk komunitas NFT, Ilyas masih menjalani pekerjaan proyek *freelance* saja sampai saat ini.

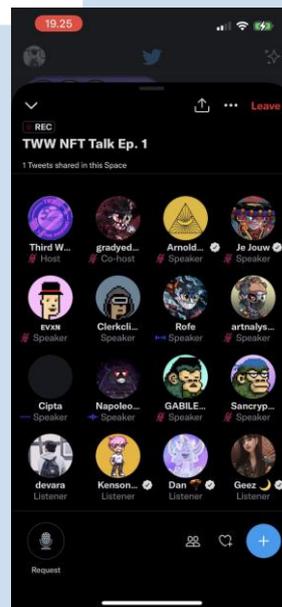
#### **3.1.1.4 Kesimpulan wawancara dengan seniman konvensional**

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan seniman digital konvensional, penulis dapat mengetahui beberapa alasan seniman digital konvensional belum berhasil menjual karyanya sebagai NFT, seperti kurang informasi yang memadai, kesulitan mencari komunitas NFT yang suportif dan tidak terlalu menjual banyak informasi berupa pendapat, serta menentukan ide dan konsep karya yang masih sulit. Namun, sebenarnya ia mau belajar lebih lagi tentang NFT dan sadar bahwa NFT memiliki peluang. Untuk media informasinya saat ini penulis dapat menyimpulkan bahwa media informasi Youtube dan Instagram kurang memberikan informasi yang memadai seperti *step by step* yang benar dan terpercaya dari yang berpengalaman.

#### **3.1.1.5 Observasi Twitter Space NFT Talk**

Observasi penulis lakukan dengan melakukan partisipasi langsung sebagai pendengar dalam sebuah Twitter Space yang dilaksanakan pada Kamis, 10 Februari 2022. Twitter Space adalah sebuah fitur dari sosial media Twitter dimana didalamnya terdapat percakapan-percakapan langsung berupa suara mengenai suatu topik yang dibawakan oleh para ahli dari topik tersebut. Tujuan dari observasi ini adalah mendapatkan informasi dari para ahli NFT, baik itu dari segi

seniman maupun kolektor, serta mengamati bagaimana perkembangan industri NFT yang berjalan pada saat ini. Penulis menggunakan instrumen *smartphone* dan internet dalam melakukan observasi ini.



Gambar 3.4. Observasi Twitter Space NFT Talk

Twitter Space NFT Talk ini dihadiri oleh beberapa seniman dan kolektor NFT yang sudah berpengalaman, seperti WD Willy, JeJouw, Chef Arnold, SweetTooth, Grady Edbert, Third World Whale, EVXN, ClerkClerk, dan masih banyak lagi. Menurut mereka, untuk saat ini dunia NFT memang sedang berkembang pesat, namun karya-karya yang dihasilkan bisa dibidang monoton dan itu-itu saja, sampai ada kehadiran Ghozali sebagai *meme* dan menghasilkan penjualan yang sangat tinggi. Namun, fenomena seperti ini tidak akan bisa terjadi lagi, terutama masyarakat yang ingin masuk NFT dan ingin mencoba peruntungan seperti Ghozali. Mereka tidak akan bisa memiliki rezeki dan fenomena yang sama, kecuali mereka mempunyai terobosan yang cukup unik untuk dijual, seperti Ghozali yang menjadi *meme*.

Menurut Chef Arnold, semua seniman digital sekarang tentu saja ingin mencoba NFT, karena NFT sangat berpotensi bagi mereka dan memiliki konsep yang unik. Namun kembali lagi ke senimannya, banyak dari mereka yang belum tahu arah proyek NFT nya ingin kemana karena belum memiliki *mindset* dan informasi yang tepat, padahal di dalam NFT sendiri memiliki banyak segmen dan jenisnya masing-masing.

Grady Edbert, JeJouw, dan WD Willy selaku pemilik dari Karafuru NFT, memberikan pendapat dan pengalaman mereka hingga bisa berhasil menjadi NFT yang sangat populer saat ini, melebihi CryptoPunks. Menurut mereka, yang pertama harus dilakuakn adalah menemukan tujuan dan rencana yang jelas kedepannya, proyek NFT ingin dibuat seperti apa, apakah hanya berjualan karya, dijadikan *game*, atau membuat sebuah *brand* sendiri. Lalu, mencari partner proyek yang baik dan memiliki ide yang matang sehingga dapat sama-sama berkembang. Partner ini bisa dari kolektor lain, atau seniman yang sudah memiliki nama, ataupun sebuah *brand*. Selain itu, karena NFT adalah sebuah barang untuk dijual, maka dari itu harus memiliki *Unique Selling Point* (USP). USP dari Karafuru NFT sendiri adalah mereka mengambil bentuk berdasarkan mainan dari Museum of Toys, dan memiliki rencana kedepannya untuk membuat replika asli dari NFT tersebut berbentuk figur. Tidak lupa juga mereka paparkan bahwa untuk membuat proyek NFT nya berhasil, mereka berkenalan dengan banyak kolektor dan seniman lainnya lewat komunitas yang suportif. ClerkClerk dan Chef Arnold juga menambahkan bahwa komunitas NFT adalah *backbone* atau tulang punggung dari sebuah proyek NFT, karena NFT memiliki konsep *from community and for community*, jika tidak mengikuti komunitas apapun, akan sangat sulit untuk berhasil.

### 3.1.2 Metode Kuantitatif

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan metode kuantitatif dalam penelitian ini adalah kuesioner.

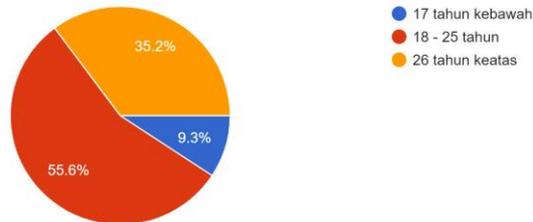
#### 3.1.2.1 Kuesioner

Menurut Sugiyono (2013, hl. 81) Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memiliki sebuah karakteristik tersendiri. Sampel digunakan karena adanya keterbatasan tenaga, waktu, dan dana jika meneliti keseluruhan populasi, maka dari itu digunakanlah sebuah sampel dari populasi tersebut. Jumlah sampel yang penulis dapatkan lewat kuesioner adalah 54 responden dengan minimal responden berjumlah 30, sebagaimana yang dijelaskan dalam Cohen, Manion dan Morrison (2007, hl. 101) semakin besar sampel dari sebuah populasi akan semakin baik, namun jumlah minimal yang harus diambil oleh peneliti adalah 30 orang. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik *disproportionate stratified random sampling*. Menurut Sugiyono (2017, hl. 83) teknik ini adalah teknik yang sederhana dan dilakukan secara acak, namun dengan membagi kepada setiap anggota atau grup didalamnya dengan jumlah perbandingan yang kurang proporsional. Grup dalam kuesioner penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu grup yang sudah menjual NFT, dan grup yang belum pernah menjual NFT.

55.6% dari responden yang berjumlah 54 orang berumur 18-25 tahun, 35.2% dari responden 26 tahun keatas dan 9.3% berumur 17 tahun kebawah.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

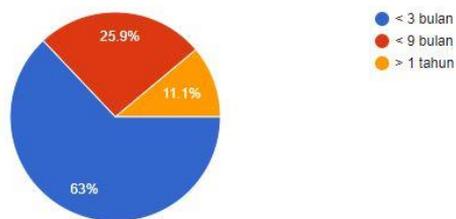
Berapakah umur anda saat ini?  
54 responses



Gambar 3.5. Umur Responden

Mayoritas responden yang mengetahui NFT 3 bulan belakangan ini ada di angka 63%, yang sudah cukup mengetahui selama kurang lebih 9 bulan sejumlah 25.9%, sisanya 11.1% sudah mengetahui lebih dari satu tahun.

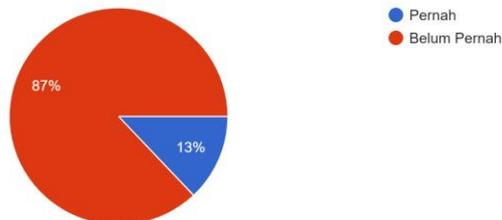
Sudah berapa lama anda mengetahui informasi tentang NFT?  
54 responses



Gambar 3.6. Jangka Waktu Mengetahui Informasi NFT

Sebanyak 87% dari jumlah sampel ternyata belum pernah menjual karya NFT, dan 13% sudah pernah menjual NFT. Disinilah jumlah perbandingan grup yang pernah dan belum pernah tidak proporsional.

Apa anda sudah pernah menjual karya NFT?  
54 responses



Gambar 3.7. Pembagian Grup Responden

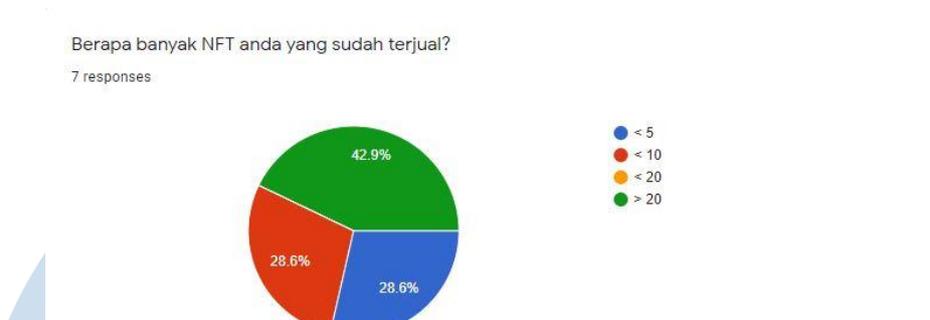
Grup yang sudah pernah menjual NFT berjumlah 7 responden. Dari 7 respon tersebut, motivasi mereka menjual NFT adalah mencari pemasukan tambahan serta mencoba media baru dalam menjajakan karya digital mereka. Untuk jumlah NFT yang terjual, terdapat 3 orang dengan nilai 42.9% berhasil menjual lebih dari 20 NFT, dan masing-masing 2 orang yang berhasil menjual kurang dari 5 dan 10 dengan nilai 28.6%.

#### Sudah Pernah Menjual NFT

Apa motivasi anda menjual karya sebagai NFT?  
7 responses

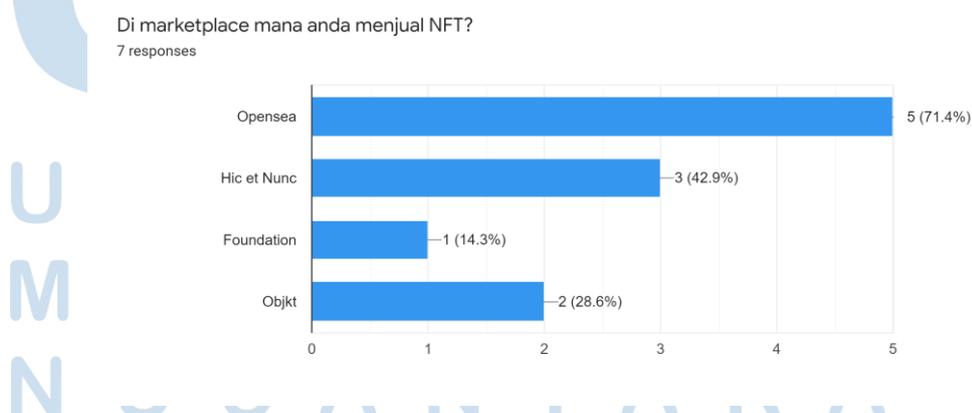
- Bisa mengekspresikan diri sendiri
- Mencari penghasilan
- Uang
- Media baru menyebarkan karya
- well, the price rises up very quick
- Menghasilkan uang melalui karya yang saya buat
- ingin coba media baru dalam menjual karya digital, dan yang pasti karena harganya sangat tinggi, jadi makin kepincut

Gambar 3.8. Motivasi Menjual NFT

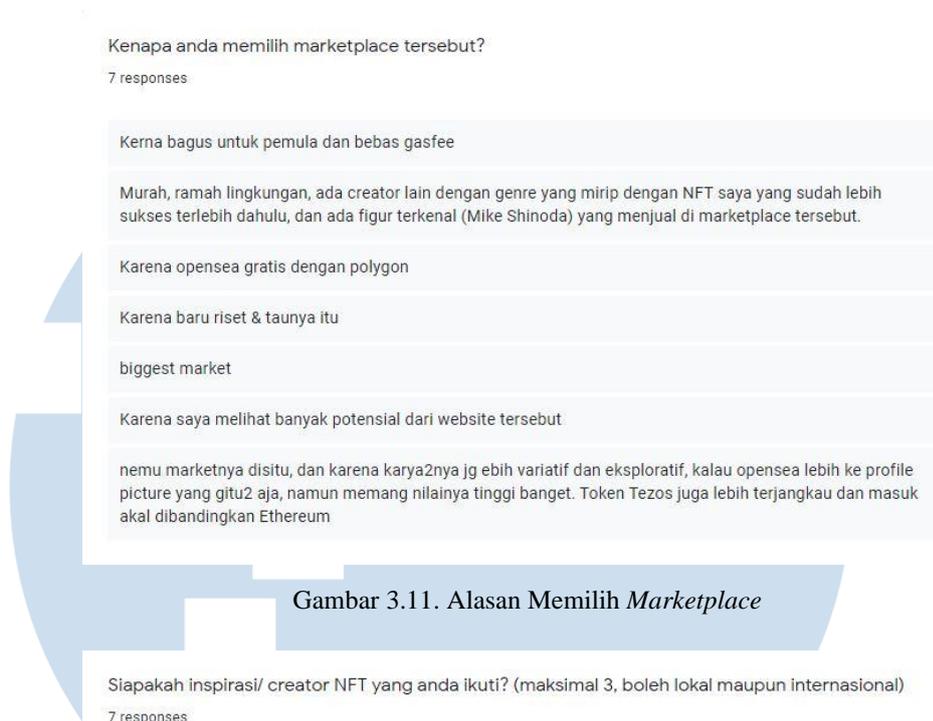


Gambar 3.9. Jumlah NFT Terjual

Mayoritas responden yang berjumlah 71.4% memilih Opensea sebagai marketplace menjual NFT, dimana pilihan ini adalah *multiple choices*. 42.9% dari mereka juga menjual di Hic et Nunc, 14.3% di Foundation, dan 28.6% di Objkt. Alasan mereka menjual di berbagai marketplace Opensea adalah karena market terbesar dan *gas fee*, alias tidak perlu ada modal awal dalam menjual. Untuk pilihan *marketplace* yang lain, tujuan mereka juga menjual disana karena melihat karya-karya yang sudah dulu dijual di *marketplace* tersebut juga tidak kalah menjanjikan dari Opensea. Terdapat juga beberapa kreator NFT terkenal yang mereka jadikan inspirasi, salah duanya adalah BoredApe dan Karafuru.



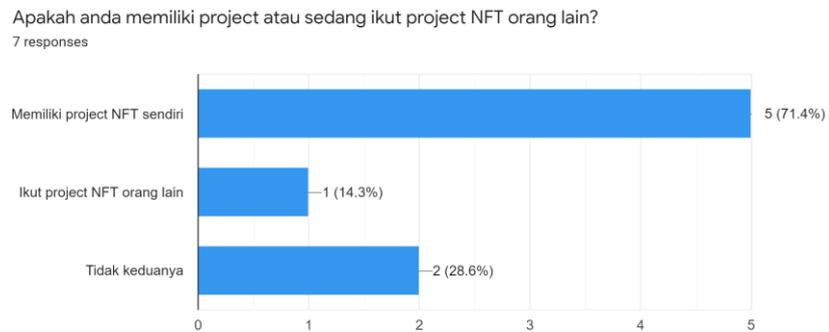
Gambar 3.10. Marketplace NFT



Gambar 3.11. Alasan Memilih *Marketplace*

Gambar 3.12. Inspirasi Kreator NFT

Sebanyak 5 responden memiliki proyek NFT nya sendiri, sedangkan 1 responden ikut proyek NFT orang lain. 2 responden lainnya, tidak mengikuti proyek NFT apapun alias belum menjual NFT lagi untuk sekarang.



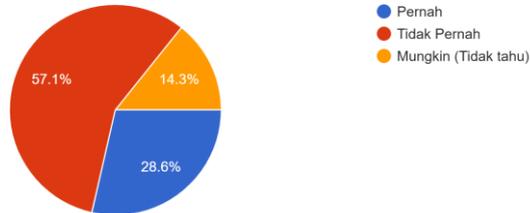
Gambar 3.13. Kepemilikan Proyek NFT

Terdapat beberapa kendala yang dialami mereka dan persentase paling banyak adalah karya sulit laku terjual sebesar 71.4%. Beberapa diantara mereka juga masih kesulitan menemukan market, partner proyek, dan kesulitan mencari informasi yang memadai. Kendala lain menunjukkan bahwa 28.6% dari responden pernah menemukan karyanya dicuri dan dijadikan NFT, sedangkan 57.1% tidak pernah menemukan, dan 14.3% lebih ke tidak tahu. Solusi yang mereka lakukan secara umum adalah memberitakan kepada seniman lainnya untuk bantu melaporkan akun pencuri tersebut dengan kepada *marketplace* agar segera ditindak.



Gambar 3.14. Kendala Menjual NFT

Pencurian karya untuk dijadikan NFT kerap terjadi, apakah anda pernah mengalami hal tersebut?  
7 responses



Gambar 3.15. Pencurian Terhadap NFT

Jika karya anda dicuri dan dijadikan NFT seperti yang sudah disebutkan diatas, bagaimana cara anda mengatasi hal tersebut?  
7 responses

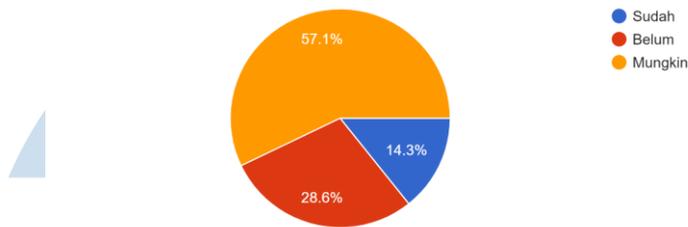
- Minta bantuan report di temen² komunitas
- Meminta bantuan teman-teman creator NFT untuk bantu me-report
- Di opensea bisa report sepertinya
- Sebarkan ke komunitas, nanti dibantu direport
- gak perlu diatasi, sudah tercatat di blockchain
- Melacak pencurinya dan melakukan kontak dengan pelaku apabila memungkinkan
- report akun nya bareng2 sama temen komunitas dan follower, nanti biar di urus sama marketplace

Gambar 3.16. Solusi Pencurian NFT

Sebanyak 57.1% menjawab informasi NFT yang sudah tersedia sekarang mungkin sudah cukup. 28.6% menjawab belum cukup, dan 14.3% lainnya sudah merasa cukup. Seluruh responden menemukan informasi mengenai NFT dari sosial media dengan persentasi 100%. Selain itu beberapa dari mereka sebanyak 71.4% juga menemukan informasi lewat Youtube. Sisanya sebanyak 42.9% menemukan di artikel dan berita, dan 14.3% menemukan informasi di komunitas atau forum di Discord dan Twitter.

Menurut anda, apakah informasi NFT yang sudah ada sekarang cukup memadai bagi seniman digital seperti anda?

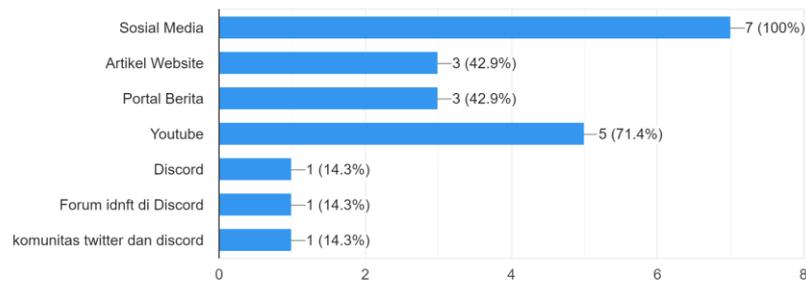
7 responses



Gambar 3.17. Ketersediaan Informasi NFT Bagian 1

Dimanakah anda sering mendapatkan informasi tentang NFT tersebut?

7 responses



Gambar 3.18. Tempat Menemukan Informasi NFT Bagian 1

Jawaban dari ketujuh responden mengenai informasi yang masih kurang adalah seputar teknis dan *step by step* yang tepat untuk menjual karya NFT dengan tujuan untuk membuat konsistensi penjualan pada karya NFT mereka dan kedepannya bisa lebih maksimal dengan berbagai perencanaan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Informasi NFT apa yang masih kurang bagi seniman digital seperti anda?

7 responses

- Mengenai whitelist dan cara minting yg benar
- Proyeksi akan kestabilan NFT di masa depan apakah hanya hype sesaat atau terus berkembang
- Bagaimana membuat project (skala kecil saja) yang bisa membuat collector tertarik membeli
- Naik turunnya crypto currency yg dikumpulkan
- how to market the nft
- Informasi tren - tren yang sedang berkembang saat ini, dan tips untuk mencari pasar untuk membuat karya yang tepat dengan pasar yang saya pilih
- mungkin lebih ke plan dan roadmap kedepannya yg oke modelnya spt apa

Gambar 3.19. Informasi NFT yang Kurang Bagian 1

Apa yang membuat anda membutuhkan informasi NFT tersebut?

7 responses

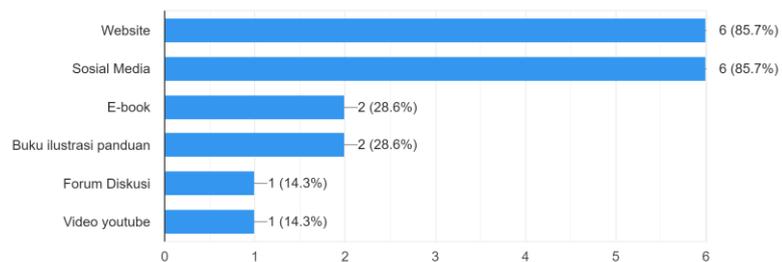
- Untuk membuat nft sendiri bisa lebih dikenal orang banyak
- Pengambilan keputusan apakah akan berkomitmen atau banting setir
- Karena saya artist kecil yg mengerjakan semua sendirian, collector sepertinya lebih memilih project nft yang ada utilitas atau after sale servicenya tak semata hanya membeli gambar digital belaka.. tapi tak menutup kemungkinan artis kecil dengan modal yang minim bisa berhasil seperti gozali dan weird whale nah informasi seperti ini yg saya butuhkan
- Karena ingin tahu apakah cryptonya bagus untuk investasi atau tidak
- hype community = huge potential gain
- Agar saya memiliki pengetahuan lebih bagaimana untuk menentukan pasar yang ingin saya kembangkan
- supaya kolektor tetep mau beli dan invest sama NFT kita

Gambar 3.20. Kebutuhan Informasi NFT Bagian 1

Secara umum para responden dengan persentase 85.7% memilih media sosial dan *website* sebagai media untuk memberikan informasi mendalam seputar NFT. Sisanya sebanyak 28.6% memilih *e-book* dan buku ilustrasi panduan, dan 14.3% untuk forum diskusi dan Youtube. Peluang yang mereka lihat kedepannya sebagai seniman digital adalah NFT dapat berkembang lebih besar lagi, karena dengan

adanya NFT, karya para seniman digital akan lebih dihargai, lebih mudah dan ramah dalam menjual karena minim biaya, serta wadah baru bagi para seniman digital yang sebelumnya kesulitan untuk menjual karyanya.

Menurut anda, media apa yang cocok untuk memberikan informasi mendalam seputar NFT?  
7 responses



Gambar 3.21. Media yang Cocok untuk Informasi NFT Bagian 1

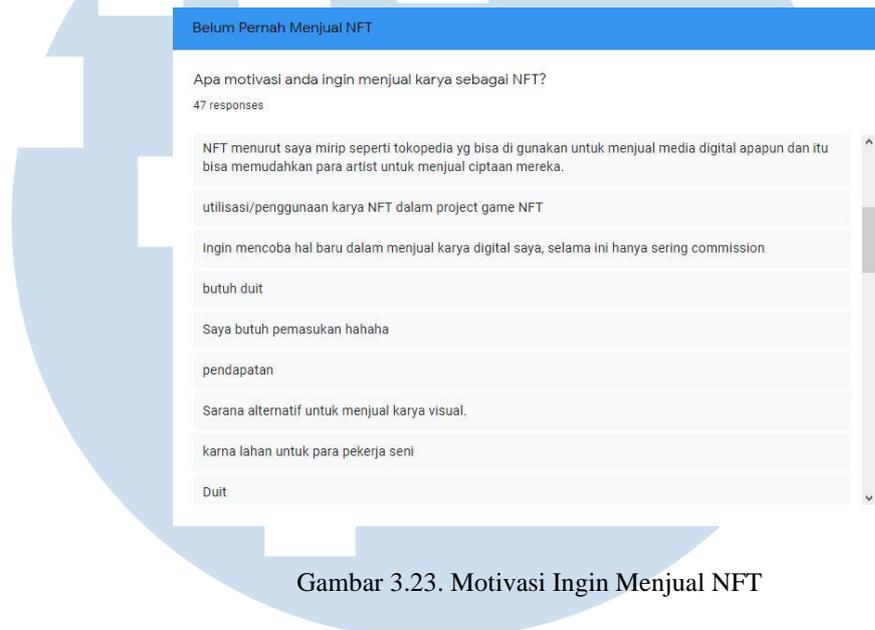
Apa peluang NFT yang anda lihat di masa depan bagi seniman digital seperti anda?  
7 responses

- Karya yang unik dan beda / tidak mengikuti trend
- NFT dapat menggantikan galeri seni konvensional sehingga dapat memotong biaya dan waktu, adanya royalti bagi seniman setiap kali karya terjual di pasar sekunder, dan barrier of entry yang rendah sehingga ramah bagi seniman pemula.
- Nft yang bisa digunakan sebagai item game menurut saya peluangnya sangat menjanjikan daripada hanya gambar pfp yg sudah di dominasi oleh pemain nft lama dan artist2 besar
- Apresiasi karya yang lebih luas lagi
- changing artist life
- Memberikan wadah bagi seniman seperti saya agar mendapatkan penghasilan melalui karya saya
- karena skrg masih baru namun para artist jg sudah cukup banyak berhasil, kedepannya pasti lebih oke lagi, makin banyak artist yg join dan industri NFT ini jadi tmpt yg menjanjikan kalau memang mau niat jual karya

Gambar 3.22. Peluang NFT di Masa Depan Bagian 1

Bagian grup yang belum sudah pernah menjual NFT berjumlah 47 responden. Dari 47 responden tersebut, mayoritas motivasi mereka ingin menjual NFT adalah mencari pemasukan dan ingin mencoba hal baru dalam menjual karya lewat NFT, tidak

berbeda jauh dengan yang sudah pernah menjual. Mereka mengetahui informasi NFT tersebut rata-rata dari influencer seperti Chef Arnold, Reza Arap, dan kreator yang sudah dulu menjual NFT seperti Ghozali.



Gambar 3.23. Motivasi Ingin Menjual NFT

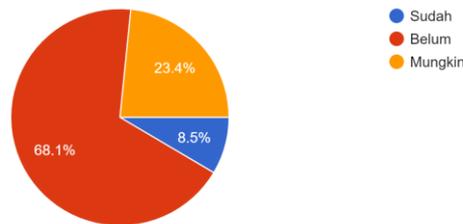


Gambar 3.24. Sumber Motivasi Ingin Menjual NFT

Masuk ke pengetahuan *step* NFT, 68.1% dari 47 responden belum mengetahui *step* yang baik dalam menjual NFT. Lalu 23.4% mungkin mengetahui, dan 8.5% sudah tau namun belum menjual

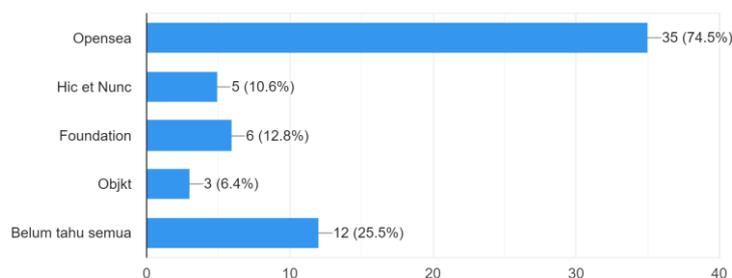
NFT. Berdasarkan *platform* atau *marketplace* NFT, mayoritas dari mereka sebanyak 35 responden atau 74.5% sudah mengetahui Opensea, karena memang *marketplace* NFT paling besar. Beberapa dari mereka juga mengetahui Hic et Nunc, Foundation, dan Objkt, namun persentasenya sangat kecil. Sisa dari mereka berjumlah 12 responden atau 25.5% belum mengetahui semua *marketplace* NFT tersebut.

Apakah anda sudah tau step step yang baik untuk menjual karya anda sebagai NFT hingga laku terjual?  
47 responses



Gambar 3.25. Pengetahuan Step NFT

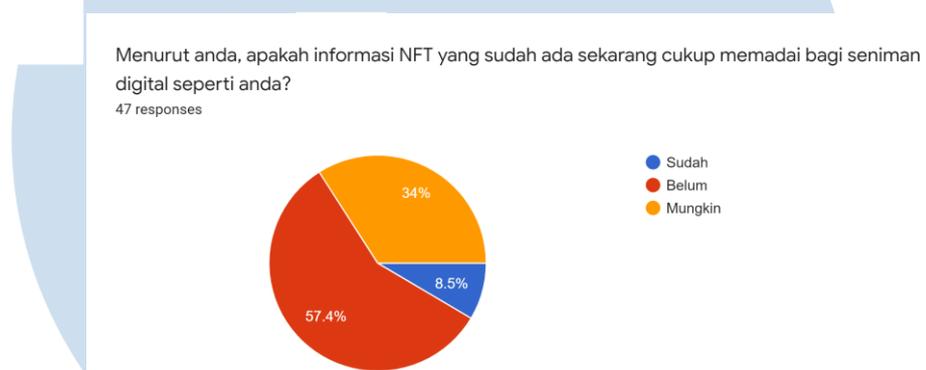
Dibawah ini, mana saja platform NFT yang anda tahu?  
47 responses



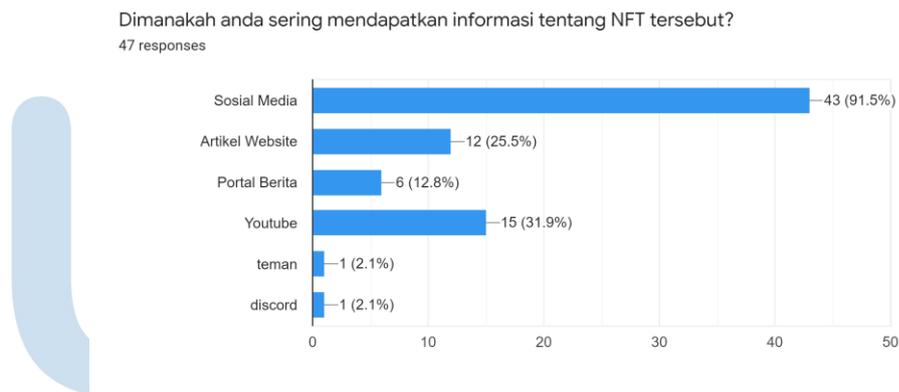
Gambar 3.26. Platform NFT yang Diketahui

Dari 47 responden, 57.4% dari mereka merasa informasi tentang NFT masih belum memadai, 34% menganggap informasi NFT mungkin sudah cukup memadai namun susah dicari, dan 8.5%

sudah merasa cukup memadai, namun sepertinya belum ingin mencoba NFT lebih dalam. Mayoritas dari mereka sejumlah 91.5% menemukan informasi NFT tersebut lewat sosial media. Selain itu, mereka juga menemukannya lewat Youtube dan artikel website, dengan persentase 31.9% dan 25.5%. Hanya sedikit dari mereka yang menemukan informasi dari portal berita dan kerabat.



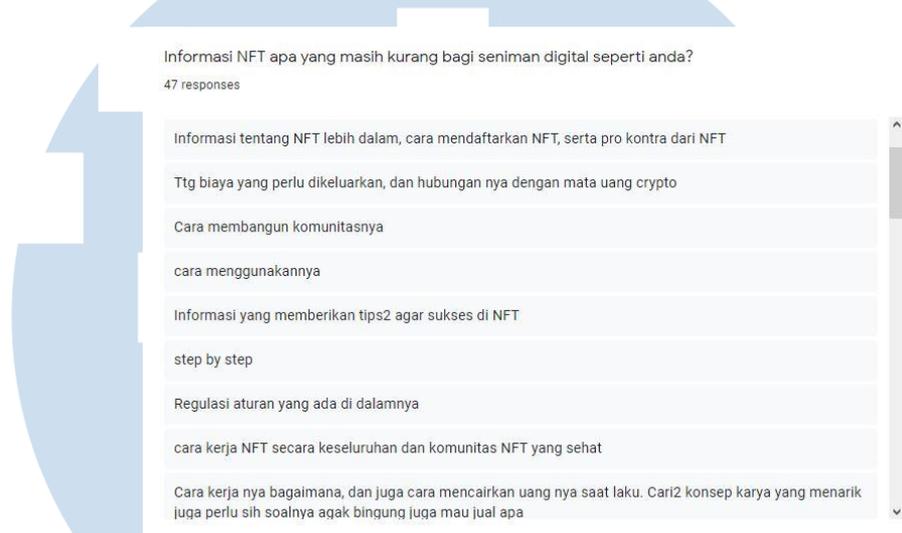
Gambar 3.27. Ketersediaan Informasi NFT Bagian 2



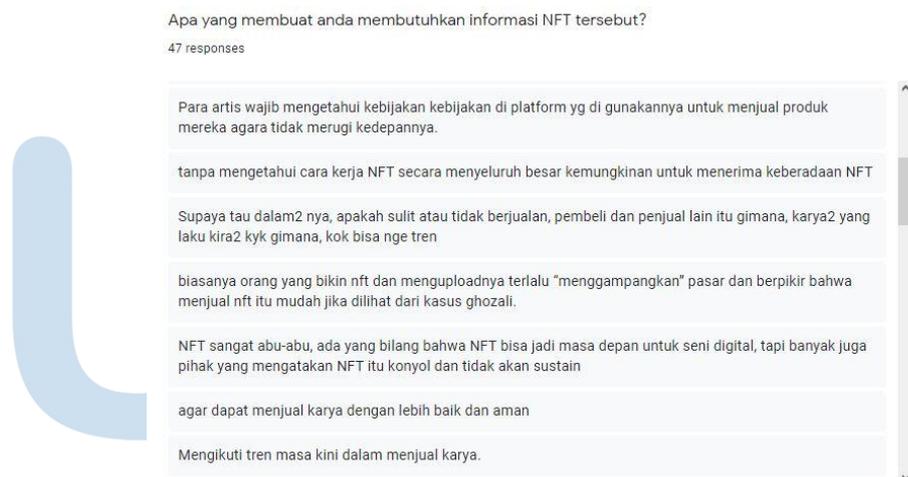
Gambar 3.28. Tempat Menemukan Informasi NFT Bagian 2

Berdasarkan 47 responden mengenai informasi yang masih kurang adalah seputar teknik dasar untuk menjual NFT, seperti cara menjual yang baik hingga berhasil, menentukan karya yang unik, menemukan komunitas yang tepat, biaya yang perlu dikeluarkan dan

cara mencairkan uang saat laku, dan beberapa teknis lainnya. Secara general, informasi yang mereka butuhkan adalah mengenal cara kerja NFT terlebih dahulu baru masuk ke *step* yang lebih spesifik nantinya.



Gambar 3.29. Informasi NFT yang Kurang Bagian 2



Gambar 3.30. Kebutuhan Informasi NFT Bagian 2

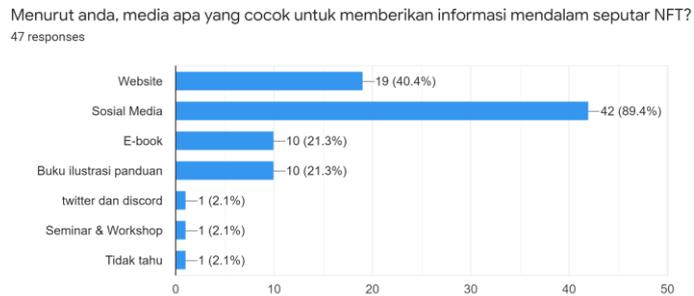
Terdapat pula beberapa alasan lain belum menjual NFT selain minimnya informasi. Persentase paling besar diatas 50% adalah belum memiliki ide, konsep, plan, serta regulasi yang belum jelas.

Selain itu, sebanyak 44.7% merasa belum memiliki nama atau self-branding yang cukup. Ketakutan karya tidak laku terjual dan transaksi jual beli yang sulit merupakan alasan lain mereka belum mencoba NFT dengan persentase masing-masing 34%.



Gambar 3.31. Alasan Lain Belum Menjual NFT

Mayoritas 47 responden memilih media sosial dengan persentase 89.4% sebagai media untuk memberikan informasi seputar NFT. Pemilihan media website juga cukup tinggi yaitu di angka 40.4% atau 19 orang. Untuk *e-book* dan buku ilustrasi panduan berada di angka 21.3 %, sedangkan media lainnya seperti seminar dan workshop hanya memiliki persentase yang sangat kecil. Adapula beberapa peluang yang mereka bisa lihat untuk kedepannya jika mencoba NFT, antara lain tersedianya platform baru bagi para calon kreator untuk memudahkan menjual karya digital dan mendapatkan pemasukan. Selain itu, adanya potensi untuk lebih apresiasi terhadap karya digital NFT karena memiliki value yang tinggi.



Gambar 3.32. Media yang Cocok untuk Informasi NFT Bagian 2

Apa peluang NFT yang anda lihat di masa depan bagi seniman digital seperti anda?  
47 responses

Tentu jika ada aturan aturan yg proper NFT akan sangat mempermudah Para Artis dan Creator untuk mencari keperluan mereka.

ketika menjual karya menjadi NFT sesungguhnya minim untuk dilakukan pencurian. lebih baik lagi ketika ada utilisasi atas NFT seperti melalui project game NFT sehingga NFT tersebut memiliki nilai lebih

Lahan mencari uang baru untuk para digital artist, karena juga sudah banyak yang sukses dengan NFT ini

branding dan marketing yang baik akan menambah kemungkinan keberhasilan project

Saya rasa bisa menambah value dari seni digital yang sekarang sepertinya masih banyak dipandang sebelah mata (jika dibandingkan dengan seni "manual"), serta memperluas jangkauan untuk bisa masuk ke dunia jual-beli seni

mendapatkan platform utk jual beli karya hingga komunitas dan klien base

Untuk kedepannya akan semakin mudah untuk menjual karya apapun.

Gambar 3.33. Peluang NFT di Masa Depan Bagian 2

### 3.2 Metode Perancangan

Metode perancangan yang dilakukan pada perancangan ini berdasarkan metode perancangan Landa (2013, hl.73-89) yang didalamnya terdapat 5 proses perancangan buku yaitu:

#### 1. *Orientation.*

Tahap awal dalam sebuah perancangan yaitu penulis akan mengenal dan mempelajari topik yang dipilih. Tahap ini juga termasuk pengumpulan data-data yang diperlukan untuk mendukung proses perancangan. Data

tersebut berupa informasi serta analisa target audiens yang didapatkan dari sumber-sumber yang ditentukan. Terdapat pula berbagai macam metode pengumpulan data yang dapat dilakukan sesuai tujuan perancangan.

2. *Analysis.*

Tahap dimana menganalisa data-data yang telah didapatkan agar lebih mudah untuk mengaplikasikannya kepada proses perancangan, serta mengetahui apa saja yang cocok dilakukan selanjutnya sesuai proses perancangan.

3. *Conception.*

Setelah mengumpulkan data, perancangan akan masuk ke tahap ini yaitu membuat konsep terhadap desain dari *output* yang akan digunakan. Dalam tahap *Conception*, terdapat beberapa proses didalamnya seperti brainstorming, menentukan keyword, menentukan inspirasi gaya dan style, palet warna, tipografi, grid dan layout yang digunakan, dan lain-lain.

4. *Design.*

Proses lanjutan dari konsep adalah mendesain yang sudah dipikirkan secara matang dan mengimplementasikannya kepada beberapa *output* yang akan digunakan. Dimulai dari sketsa, mencoba warna, peletakkan informasi gambar serta tulisan, dan lain-lain.

5. *Implementation.*

Tahap terakhir dari perancangan ini adalah implementasi atau eksekusi desain kepada beberapa *output* yang akan digunakan. Proses seperti mencetak buku, membuat *merchandise*, dan segala keperluan promosi lainnya sebagai hasil akhir akan dilakukan pada tahap terakhir perancangan ini.