

Persepsi Estetika Masyarakat Indonesia Terhadap Karya NFT Populer

Ruth Ardianti¹, Ely Andra Widharta²

¹Universitas Sains dan Teknologi Komputer

²Universitas Sains dan Teknologi Komputer

Jl. Majapahit No 605 Semarang 50192, Telp. 024 6717201, e-mail: ruthardiantiar@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received Agustus 2022

Received in revised form September 2022

Accepted November 2022

Available online Desember 2022

ABSTRACT

This is a descriptive study that examines the Indonesian people's comprehension of NFT and the popularity of NFT (Non-Fungible Token) using qualitative and quantitative data analysis. Since the explosion of Ghazali Everyday's NFT works in Indonesia in 2021, it has been an attraction for the Indonesian people to learn "What is NFT" and "How does NFT work?". The objectives of this study are as follows: (1) to establish the features of popular NFT goods among users; and (2) to assess Indonesian people's aesthetic opinion of the popularity of NFT products. The findings revealed that; first, the aesthetic analysis of The most popular works in the NFT OpenSea marketplace have various features, including (a) character selection, (b) picture object capture, (c) style selection, and (d) usage value. It is believed that this research would aid in understanding the situation of the Indonesian people about societal phenomena, particularly NFT (non-fungible tokens), so that they may be utilized as references for the academic community, users, or art watchers with an interest in NFT products.

Keywords: Aesthetics, Perception, Non-Fungible Token (NFT)

1. Pendahuluan

Non-fungible token (NFT) merupakan gebrakan baru dalam menjual karya seni. Dinamika ini menciptakan perubahan sederhana namun kuat dalam cara kerja seni digital dan menjadikan seni digital eksklusif. Franceschet, dkk (2021) menyebutkan bahwa NFT atau seni kripto adalah gerakan artistik baru di mana seniman menghasilkan karya seni, baik berupa gambar diam atau animasi, yang kemudian mendistribusikannya melalui galeri seni kripto atau saluran digital mereka sendiri menggunakan teknologi blockchain. Siapapun dapat membuat seni digital, dan siapa pun dapat mereproduksinya dan membagikannya ke seluruh dunia hanya dengan mengklik tombol. Dalam skenario ini, dimana setiap orang dapat menduplikasi seni dengan sempurna, dan artis memiliki kekuatan hukum untuk melindungi terhadap produk seninya yang digunakan dalam usaha komersial (Kugler, 2021).

Di Indonesia, NFT Marketplace menjadi booming dengan viralnya "Ghozali Everyday" di media sosial, yang berhasil menjual NFT atau Non-Fungible Token berupa foto selfi dirinya di marketplace aset digital OpenSea. Sehingga mendorong tren pembelian NFT. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya transaksi NFT di OpenSea tembus hingga 55 triliun rupiah di bulan Januari

2022 (Riyanto, 2022). Alasan mengapa NFT menerima begitu banyak perhatian dari media dan publik adalah sejumlah besar uang yang dibayarkan oleh beberapa orang di antara penggunanya. Contohnya, CEO Twitter menjual tweet pertamanya sebagai NFT seharga lebih dari 2,9 juta USD. CryptoPunks, proyek NFT terkenal yang terdiri dari 10.000 karakter yang dapat dikoleksi, juga telah menarik banyak perhatian. Hari ini, harga terendah yang dibayar untuk salah satu karyanya adalah sekitar 85 ETH. Itu sekitar 360.000 USD untuk sebuah gambar koleksi di internet, yang dapat diunduh oleh siapa saja (Velasco, Barbosa & Pombo, 2021). Bagi kalangan masyarakat awam, fenomena ini menjadi tanda tanya besar untuk mengetahui, mengapa dan kenapa hal ini bisa terjadi. Bukan hanya sekedar melihat aktivitas transaksi jual dan beli secara online tetapi nilai estetika dalam persepsi orang yang berbeda – beda untuk melihat esensi dan eksistensi sebuah karya seni.

Melihat fenomena ini, peneliti tertarik untuk mengkaji dan menganalisis dari segi produk seni NFT dan pandangan estetika masyarakat terhadap karya seni populer yang terjual di NFT Marketplace. Adapun kajian ini berkenaan dengan estetika seni pada karya seni populer di NFT Opensea Marketplace dan persepsi masyarakat dalam memandang sebuah karya seni, terutama pada karya – karya populer di NFT Opensea Marketplace.

Miralay & Egitmen (2019) menjelaskan bahwa estetika merupakan keindahan, tetapi pada saat yang sama, persepsi keindahan dapat bervariasi dari satu negara ke negara lain. Berdasarkan pendapat ini, pandangan atau filsafat tergantung pada perspektif orang yang melihat terhadap objek tersebut. Dalam menilai sebuah karya seni, estetika menjadi pakem untuk mempelajari unsur intrinsik dan ekstrinsik karya. Estetika sendiri tidak luput dari pengaruh budaya, sedangkan budaya atau kebudayaan tercipta karena perilaku masyarakatnya. Psikolog sosial, ahli geografi budaya, dan antropolog budaya telah menetapkan sejauh mana budaya mempengaruhi persepsi (Adorno, 2002). Oleh karena itu, estetika karya seni juga sangat dipengaruhi dari cara pandang atau persepsi masyarakat dalam menilai dan mengapresiasi karya. Persepsi adalah pengoperasian indera dan pengalaman serta perilaku yang dihasilkan dari stimulus indera (Goldstein & Brokmole. 2017; Goldstein, 2010). Perbedaan setiap orang dalam menilai sebuah karya seni menjadi dasar, bahwa penilaian sebuah karya akan berubah mengikuti perubahan persepsi orang pada waktunya.

Gunduz, Eryilmaz, & Yazici (2022) melakukan penelitian tentang “Crypto Art Perception of University Students within The Scope Of NFT-Blockchain Platform” dengan menghasilkan penemuan bahwa sebagian besar dari koresponden sadar akan NFT dengan melihat diri sebagai produsen NFT yang potensial. Serta menjelaskan bahwa dampak digitalisasi dan penyebaran yang cepat, terutama pada generasi muda, tidak bisa dipungkiri. Jika kita melihat situasi dalam konteks ekonomi seni, dapat dikatakan bahwa cara pandang terhadap penerimaan seni sebagai alat ekonomi yang sesuai dengan argumentasi dunia digital, seperti dalam banyak disiplin ilmu, akan relatif berubah. Dari penelitian tersebut, ada beberapa hal yang mendasari peneliti mengkaji masalah ini, yakni ; (a) jika koresponden pada penelitian tersebut merupakan mahasiswa seni murni, maka pandangan koresponden yang awam melihat produk NFT, apakah memiliki perbedaan yang signifikan, (b) sesuai dengan pendapat Miralay & Egitmen (2019) dimana persepsi keindahan dapat bervariasi dari satu negara ke negara lain, maka apakah masyarakat Indonesia memiliki pandangan persepsi estetika yang berbeda dari penelitian sebelumnya.

Peneliti merumuskan masalah tentang bagaimana bentuk analisis estetika dan persepsi masyarakat terhadap karya seni populer NFT Opensea Marketplace, Penelitian ini bertujuan untuk; (1) mengetahui karakteristik produk NFT populer di kalangan penggunanya, (2) untuk mengetahui persepsi estetika masyarakat Indonesia dalam melihat popularitas produk NFT di Opensea Marketplace.

2. Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, merupakan penelitian yang berupaya untuk menggambarkan sebuah fenomena, indikasi, dari keadaan yang dialami saat ini (Sugiono, 2018). Kekuatan penelitian kualitatif adalah kemampuannya untuk memberikan deskripsi tekstual yang kompleks tentang bagaimana orang mengalami masalah penelitian tertentu. Ini memberikan informasi tentang sisi "manusia" dari sebuah masalah yakni, perilaku, keyakinan, pendapat, emosi, dan hubungan yang sering kontradiktif individu. Metode kualitatif juga efektif dalam mengidentifikasi faktor tidak berwujud, seperti sosial, norma, status sosial ekonomi, peran gender, suku, dan agama yang berperan dalam penelitian (Mack, dkk, 2011)

Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu (Arikunto, 2006; Sukmadinata, 2017):(a) pemilihan masalah, kasus yang diambil dalam penelitian ini adalah menganalisis fenomena karya seni populer di NFT Marketplace. Peneliti mencari tahu apa yang menjadi daya tarik kepopuleran karya seni di NFT Opensea Marketplace dengan melihat dua sisi, yakni estetika dan persepsi masyarakat dan apa saja yang mempengaruhi kepopuleran karya seni di NFT Opensea Marketplace; (b) prosedur pengumpulan data, metode yang digunakan untuk proses pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Secara umum terdapat tiga macam teknik pengumpulan data, yaitu studi literatur, observasi, dan kuesioner; (c) analisis data, analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis reduksi; (c) perbaikan, melakukan perbaikan setelah analisis data berupa reinforcement dari data yang telah ditemukan; (d) penulisan laporan, melaporkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dengan mendeskripsikan dari suatu gejala maupun kesatuan sosial.

Variable yang diamati dan dikaji dalam penelitian ini meliputi:

a. Estetika

Untuk mengamati dan mengkaji estetika dilakukan dengan menggunakan kajian literature dan observasi di lapangan melalui pengumpulan dokumen dari berbagai sumber.

b. Persepsi Masyarakat

Pengamatan dan analisis persepsi masyarakat dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibuat untuk menganalisa persepsi masyarakat terhadap karya seni rupa NFT marketplace. Menggunakan teknik accidental sampling. Masyarakat umum dipilih secara acak dengan jumlah pertanyaan yang ditentukan.

c. Karya Seni Populer NFT

Untuk mengamati dan mengkaji estetika dilakukan dengan menggunakan kajian literature dan observasi di lapangan melalui pengumpulan dokumen dari berbagai sumber.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Karya Seni Populer NFT Opensea Marketplace

Penelitian ini berfokus pada karya – karya NFTs Opensea Marketplace, dengan alasan bahwa Opensea marketplace merupakan market terbaik dalam aktivitas penjualan dan transaksi NFTs sepanjang masa (DappRadar, 2022; Kompas, 2021). Berdasarkan data statistik terakhir pada bulan Juli 2022 di website dappadar.com, opensea memiliki rekap volume transaksi sampai dengan hari ini sebanyak \$31.15 triliun. Menurut Matt Thompson “Volume transaksi adalah aspek terpenting selain harga. Bahkan untuk banyak indikator teknis lainnya, volume transaksi dapat berfungsi sebagai konfirmasi atau penolakan hipotesis yang diberikan.” dalam pluang.com. Dengan jumlah traders sebanyak 1.891.299 dan memiliki rata – rata harga penjualan \$588.46.

Rank	Name	Volume	Market Cap
1	Opensea	\$285.4M	\$1,080,000
2	Art Blocks	\$181.9M	\$1,110,000
3	Cryptopunks	\$151.0M	\$750
4	LooksRare	\$8.21M	\$1,120
5	SuperRare	\$218.4M	\$12,207
6	Meta Top Star	\$90.37	\$60,000
7	Mintable	\$124.3	\$2,100
8	Foundation	\$102.7M	\$20,700
9	WYF	\$1.3M	\$4,070
10	Artsy	\$11.07	\$100,000

Gambar 1. 10 Daftar Top Marketplace Bulan Juli (DappRadar, 2022)

NFT Title	Price	Marketplace
Cryptopunk #4156	\$2,311,100	LooksRare
Cryptopunk #4152	\$2,200,000	LooksRare
Cryptopunk #4150	\$2,100,000	LooksRare
Cryptopunk #4147	\$1,700,000	LooksRare
Cryptopunk #4144	\$1,700,000	LooksRare
Cryptopunk #4140	\$1,700,000	LooksRare
Cryptopunk #4137	\$1,700,000	LooksRare
Cryptopunk #4134	\$1,700,000	LooksRare
Cryptopunk #4130	\$1,700,000	LooksRare
Cryptopunk #4127	\$1,700,000	LooksRare

Gambar 2. 10 NFT Top Sales di website DappRadar.com (DappRadar, 2022)

Pada gambar 2 merupakan data Top Sales NFTs dengan penjualan termahal sepanjang masa pada website DeepRadar.com. Data tersebut tidak fokus pada satu marketplace tetapi semua marketplace di seluruh dunia. Jika dilihat dari 10 daftar NFT pada gambar 2, sebagian besar berasal dari satu koleksi yang sama, yakni koleksi dari “cryptopunk”, atau dapat dikatakan 70% “cryptopunk” menguasai 10 daftar karya populer NFT. Sehingga, untuk mendapatkan variasi data karya “Top NFT”, peneliti mengambil data koleksi terpopuler yang terdaftar di Opensea Marketplace. Dengan mempertimbangkan, opensea marketplace merupakan marketplace dengan peringkat teratas dari segi kepopuleran (lihat gambar 1), sehingga diharapkan mampu menggambarkan secara lebih luas dari aspek estetika dan persepsi masyarakat dalam melihat sebuah karya NFT. Top koleksi yang dimaksud disini dilihat dari banyaknya user yang memilih karya – karya yang terdapat dalam koleksi tersebut atau banyaknya karya NFT yang terjual dari satu sumber koleksi yang sama.

Collection	Volume	Floor Price	Others	Items
Cryptopunks	\$171,200.34	0.54	10.3K	10.3K
Bored Ape Yacht Club	\$127,800.34	0.44	10.3K	10.3K
Mutant Ape Yacht Club	\$103,207.2	0.34	10.3K	10.3K
Otherdeed for Otherside	\$101,402.7	0.27	10.3K	100.3K
Art Blocks Curated	\$101,002.48	0.36	10.3K	10.3K

Gambar 3. Daftar 5 Top NFTs Collection di Opensea Marketplace (Opensea, 2022)

Berdasarkan data “Top NFTs collection” bulan Juli 2022 di web opensea.io marketplace, peneliti mengambil sampel karya dengan penjualan termahal dari masing – masing koleksi yang terdaftar pada data di atas. Berikut daftar nama – nama karya NFT terpopuler dengan harga penjualan terbaik dari masing – masing koleksi.






3.2. Analisis Estetika Karya - Karya Populer NFT Opensea Marketplace

Deskripsi estetika pada tinjauan seni karya – karya seni populer NFT Opensea Marketplace, dapat dilihat dari produk seninya, senimannya, pengamat seni dan nilai seninya. Maruto (2014) menjelaskan bahwa estetika merupakan cabang filsafat yang menelaah dan membahas seni, keindahan, serta tanggapan manusia terhadapnya. Estetika dikenal memiliki dua pendekatan (. Pertama, langsung meneliti objek-objek, benda-benda, alam indah, serta karya seni. Kedua, menyoroti situasi kontemplasi rasa indah yang sedang dialami subjek, yang kemudian melahirkan pengalaman estetika. Sehingga, pada analisis kali ini peneliti mengerucutkan bahasan mengenai kajian estetika seni pada ranah produk seninya dan pengamat seni oleh publik seni, dalam hal ini adalah masyarakat.

Halsall, Jansen & O'Connor (2006) menjelaskan 'Estetika relasional' menempatkan seni dalam jaringan hubungan antara seni dengan lingkungannya, pengamatnya, dan wacana seni. Oleh karena itu, penelitian ini mengerucut pada hal yang berhubungan pada objek dan pengamatan pada objek seni per masing – masing individu.

Pada analisis produk, peneliti mengambil sampel 5 karya NFT populer di NFT Opensea marketplace, antara lain; (1) CryptoPunks #5822, (2) Bored Ape Yacht Club #7537, (3) Mutant Ape Yacht Club #4849, (4) Otherdeed for Otherside #33, dan (5) Art Blocks Curated - Ringers #109. Pada karya CryptoPunks #5822, Bored Ape Yacht Club #7537, dan Mutant Ape Yacht Club #4849. Untuk lebih jelasnya, berikut ini pemaparannya.

Tabel 1. Daftar 5 Top NFTs Collection di Opensea Marketplace

NO	Nama Koleksi	NO	Nama Koleksi
1	 CryptoPunks#5822 \$23.58M (8k ETH)	2	 Bored Ape Yacht Club #7537 \$1.2M (1.02k ETH)
3	 Mutant Ape Yacht Club #4849 \$1.11M (350 WETH)	4	 Otherdeed for Otherside#33 \$984,090 (333.33 ETH)
5			

Art Blocks Curated,
Ringers #109
\$6.93M (2.1k ETH)

Sumber: Opensea.io, 2022

Produk seni disini dapat dikatakan unsur material, yaitu berupa penelitian pada hal yang nampak pada suatu karya. Jika dilihat dari kelima karya populer NFT di atas, merupakan karya – karya digital yang dibuat dengan menggunakan aplikasi digital. Hal yang menonjol dan menjadi pembeda pada penyajian karya – karya digital adalah teknik dalam pembuatan karya.

Berdasarkan beberapa kajian literatur dan analisis penulis, menemukan bahwa bentuk – bentuk pada karya – karya NFT populer memiliki kemiripan dalam pemilihan karakter, pengambilan objek gambar, pemilihan tema dan nilai guna.

a. Pemilihan karakter

Karakter yang dibangun dalam karya – karya NFT, khususnya pada karya – karya populer NFT lebih menonjolkan karakter mimesis menyerupai manusia. Yakni terlihat pada beberapa karya koleksi Bored Ape Yacht Club dan Mutant Ape Yacht Club yang menunjukkan karakter binatang dengan aktivitas sehari – hari manusia. Ini terlihat juga pada beberapa karya seniman lain yang tidak termasuk pada daftar 5 Top Collections.

b. Pengambilan objek gambar

Pengambilan objek gambar yang maksud dalam pembahasan ini adalah sudut pengambilan cara pandang seniman dalam menentukan posisi objek gambar. Dalam hal ini dapat dilihat bahwa, dari 5 contoh karya NFT diatas, 3 diantaranya dibuat dengan penggambaran portrait dari arah condong ke depan, ditunjukkan dengan postur tubuh yang terlihat dengan arah kepala yang sedikit menoleh pada sisi kanan. Sedangkan pada karya Otherdeed for Otherside #33 dan Art Ringers #109 yang merupakan karya abstrak yang digambarkan tampak depan.

c. Pemilihan Gaya

Pemilihan tema yang sring dimunculkan pada karya – karya NFT populer di atas, memiliki ciri khas pada masing – masing koleksi NFT. Contohnya pada karya CryptoPunks #5822, seniman membuat model dengan teknik “pixel art”. Bored Ape Yacht Club #7537 dan “Mutant Ape Yacht Club #4849” dibuat dengan gaya kartun, pada Bored Ape Yacht Club #7537 penggambaran dibuat lebih sederhana jika dibandingkan pada karya “Mutant Ape Yacht Club #4849”. Terlihat jelas dengan ornamen – ornament bentuk yang dimunculkan pada karya “Mutant Ape Yacht Club #4849”. Berbeda dengan karya Otherdeed for Otherside #33 menampilkan bentuk yang lebih kompleks dengan memunculkan beberapa objek gambar. Sedangkan Ringers #109 menampilkan karya dengan gaya abstrak.

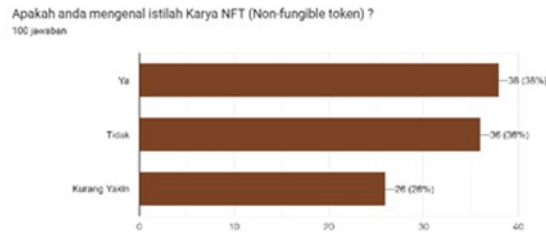
d. Nilai guna

Jika dilihat dari bentuk dan tampilan yang dimunculkan pada karya NFT memiliki nilai guna, yakni sebagai karakter dalam game atau digunakan juga sebagai model profil pemain dalam permainan game online. Hal ini terlihat pada beberapa karakter bentuk yang ditampilkan memiliki tujuan untuk dapat dimanfaatkan pada perangkat digital lainnya. Contohnya, Pretty Angelia Wuisan pada artikelnya menjelaskan bahwa kripto NFT yang memiliki tujuan kapitalisasi, contohnya adalah “Theta”, theta menyediakan NFT game untuk siapa saja yang berminat dengan game. Jika melihat secara estetik bentuk pada CryptoPunks #5822, yang memiliki karakter dalam bentuk “art pixel” yang biasanya dapat ditemukan pada karya game – game lampau. Dan juga Otherdeed for Otherside #33 yang memunculkan animasi sederhana, yang menampilkan setting tempat dalam sebuah game tertentu. Sedangkan nilai guna yang lain adalah untuk social media dan koleksi pribadi.

3.3. Analisis Persepsi Masyarakat terhadap Karya – Karya Populer NFT Opensea Marketplace

Analisis persepsi masyarakat diperoleh dengan pengumpulan data dari hasil penyebaran lembar kuesioner pada masyarakat dengan pengambilan data secara random sampling. Hasil pengumpulan data tersebut, bertujuan untuk mengetahui kondisi masyarakat di Indonesia terkait dengan pandangan dan persepsi mereka terhadap karya – karya NFT populer di dunia ataupun karya NFT populer di Opensea marketplace. Untuk mengetahui lebih lengkapnya, berikut penjelasannya.

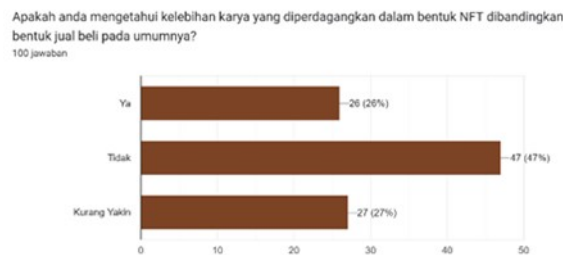
a. *Pengetahuan Masyarakat tentang NFT (Non-Fungible Token)*



Gambar 4. Persentase koresponden yang familiar dengan istilah NFT (Non-fungible token)

Berdasarkan pendataan di lapangan, persentase masyarakat Indonesia yang mengenal istilah NFT (non-fungible token) menunjukkan 38% menjawab mengetahui istilah nft (non-fungible token), 36% menjawab tidak tahu, sedangkan 26% sisanya menjawab tidak yakin. Dari data di atas, data menunjukkan bahwa lebih banyak orang yang tahu, tetapi jika dibandingkan dengan persentase orang yang tidak tahu dan tidak yakin, jauh lebih tinggi, atau dapat dikatakan bahwa orang Indonesia tidak terlalu mengenal istilah tersebut.

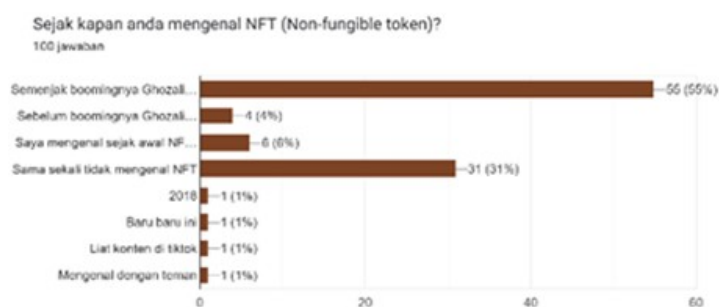
- Pertanyaan berikutnya berkaitan dengan “apakah masyarakat mengetahui keunggulan karya yang diperdagangkan dalam bentuk nft?”



Gambar 5. Persentase masyarakat yang mengetahui keunggulan karya NFT (Non-fungible token) Artwork

Mayoritas masyarakat Indonesia belum mengetahui keunggulan karya nft, dengan data menunjukkan 47%, 27% kurang yakin dan 26% menjawab mereka tidak tahu. Sedangkan untuk mengetahui. Hal ini menjelaskan bahwa pengetahuan masyarakat Indonesia tentang NFT tidak terlalu banyak dikenal dikalangan umum, baik dari intensitas jumlah dan keunggulan produk NFT.

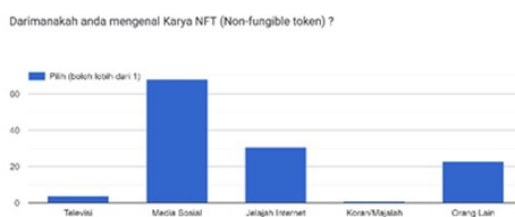
- Sejak kapan mengenal nft (non-fungible token)?



Gambar 6. Hasil jawaban tentang kapan koresponden mengetahui NFT

Peneliti melihat fenomena di Indonesia yaitu munculnya “ghozali everyday” yang sedang booming dan menjadi terkenal. Berdasarkan fenomena tersebut, peneliti mengacu pada pertanyaan-pertanyaan yang mudah dipahami oleh masyarakat Indonesia, mengenai waktu orang mengenal nft, apakah sebelum booming “ghozali everyday” atau setelah booming “ghozali everyday”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 55% orang telah mengetahui sejak booming "ghozali everyday", 31% tidak mengenal sama NFT, 4% mengenal sebelum boomingnya “ghozali everyday”, 6% mengenal sejak awal NFT diciptakan, sedangkan sisanya 1% mengenal pada akhir – akhir ini disosial media atau dari teman – temannya.

- Darimanakah anda mengenal NFT ?



Gambar 7. Hasil jawaban tentang kapan koresponden mengetahui NFT

Pada gambar 7 merupakan grafik yang menunjukkan tingkatan orang mengenal NFT melalui apa saja. 68 orang menjawab mengenal lewat media sosial, 31 orang melalui jelajah internet, 23 orang mengenal dari orang lain, 4 orang menjawab dari televisi, dan 1 orang menjawab dari koran.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dikatakan bahwa dari segi pengetahuan dan pengalaman masyarakat Indonesia tentang NFT dapat dikatakan rendah, sebab banyak yang tidak mengenal NFT sebelum boomingnya berita tentang “Ghozali Everyday” yang banyak diberitakan melalui media sosial ataupun perangkat media lainnya.

b. Persepsi Masyarakat tentang Karya – Karya Populer NFT

Setelah mengetahui tentang pengetahuan masyarakat mengenai NFT, yang selanjutnya akan dianalisis adalah karya – karya populer NFT. Analisis ini tidak melihat seberapa paham dan tahu pengamat terhadap karya NFT, tetapi melihat sisi persepsi estetika pengamat dalam memandang sebuah karya populer NFT.

Pada analisis persepsi pada karya populer, peneliti mengambil sampel karya – karya yang terdapat pada website opensea.io dan DeppRadar.com. Pada kajian ini, peneliti mencoba melihat bagaimana pandangan atau persepsi estetika masyarakat terhadap karya – karya populer NFT di Opensea marketplace. Goldstein & Brokmole (2017), menyebutkan tiga langkah memahami rangsangan proses persepsi, yaitu perilaku persepsi, pengakuan, dan tindakan. Salah satu proses persepsi adalah dengan menentukan tiga hubungan berikut, yakni a) hubungan stimulus – persepsi, b) hubungan stimulus – psikologi, dan c) hubungan psikologi – persepsi.

Bundgaard, Heath, & Østergaard (2017) menjelaskan bahwa persepsi estetika perlu dipahami dalam istilah non-filosofis artinya, bukan melibatkan penilaian apresiatif, penilaian, atau evaluasi, tetapi "estetika persepsi" di sini tidak dipahami sebagai pengalaman objek yang disertai oleh perasaan keindahan, minat estetika, atau kesenangan apa pun. Namun, pandangan tentang rasa "unik", terlepas karya tersebut dianggap estetik ataupun tidak. Sehingga, pada proses analisis ini, peneliti menggali tentang pandangan masyarakat awam tentang karya – karya populer NFT yang tidak melibatkan aktivitas penilaian karya, tetapi lebih pada pandangan normal tentang karya – karya populer NFT.

Pada proses ini ada beberapa hal yang dijadikan acuan dalam mengambil data analisis, yakni pandangan secara global terkait karya – karya NFT populer. Adapun pertanyaan yang diajukan peneliti adalah :

- Pandangan anda mengenai karya – karya NFT populer dengan harga jual yang sangat tinggi ?



Gambar 8. Hasil jawaban tentang kapan koresponden mengetahui NFT

Hasil menunjukkan bahwa 35% orang menjawab jika mendapat untung kenapa tidak, 34% menjawab kagum dan pantas dihargai mahal. 19% mengatakan tidak percaya, kenapa ada yang berani membelinya dengan harga mahal. Kemudian, 9% menjawab bahwa beberapa karya layak diapresiasi. Sisanya menjawab dengan santai dan tidak tahu.

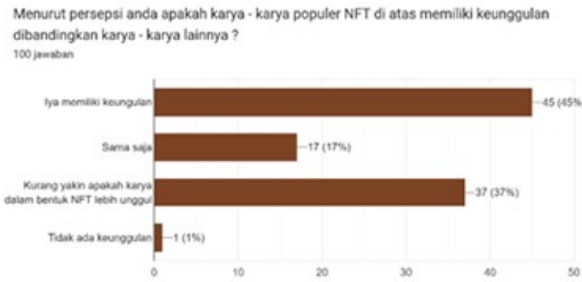
- Kepopuleran sebuah karya NFT dengan harga jual tinggi menurut anda dipengaruhi oleh apa?



Gambar 9. Pendapat koresponden tentang apa yang mempengaruhi popularitas sebuah karya seni nft dengan harga jual yang tinggi

Diperoleh data 75% menjawab karena keunikan karya NFT, 29% karena sejarah yang muncul dalam karya tersebut, 27% menjawab karena kesenangan dan kepuasan pembeli (buyer), 20% karena tujuan profit dalam masa depan, 7% karena seniman yang membuatnya, dan 5% sekedar ikut - ikutan.

- Menurut anda apakah karya – karya NFT tersebut memiliki keunggulan dibandingkan karya – karya lainnya (dalam hal ini non-NFT)?



Gambar 10. Tanggapan koresponden tentang keunggulan karya seni NFT dibandingkan karya lain (dalam hal ini, non-nft)

Data menunjukkan bahwa 45% menjawab ya memiliki kelebihan, 37% menjawab tidak yakin apakah pekerjaan dalam bentuk nft lebih unggul. Dan 17% menjawab sama dengan karya seni umum.

- Menurut anda adakah hubungan antara estetika karya seni dengan harga tinggi dan minat orang pada karya NFT di marketplace?



Gambar 11. Hasil pendapat koresponden tentang ada tidaknya hubungan antara estetika suatu karya seni dengan mahalnya harga suatu produk NFT

Gambar 11 menunjukkan 67 % masyarakat menjawab memiliki korelasi, sebab semakin estetik karya maka dapat diperjualbelikan dengan harga tinggi. 19 % menjawab tidak ada hubungan, sebab banyak karya NFT yang dihargai mahal bukan karena estetikanya. Sedangkan 11 % menjawab kurang yakin ada hubungan antara estetika dan harga tinggi pada karya NFT.






- Pilihlah karya NFT yang menurut anda memiliki harga jual yang paling mahal !



Gambar 12. Persentase karya yang dianggap memiliki harga mahal

Pertanyaan ini diberikan tanpa ada pengetahuan dasar tentang harga jual pada masing – masing karya seni. Oleh karena itu, jawaban koresponden merupakan jawaban murni berdasarkan pengamatan mereka tentang karya – karya NFT tersebut. Hasil persentase menunjukkan sebagai berikut :

Tabel 2. Koleksi dengan harga tertinggi dan persentase koresponden yang memilih karya yang dianggap termahal

Karya NFT	Harga Jual di website opensea.io	Persentase yang memilih
 Crypunks #5822	\$23.58M (8k ETH)	21,2%
 Bored Ape Yacht Club #7537	\$1.2M (1.02k ETH)	11,1%
 Mutant Ape Yacht Club #4849	\$1.11M (350 WETH)	17,2%
 Otherdeed for Otherside #33	\$984,090 (333.33 ETH)	39,4%
 Ringers #109	\$6.93M (2.1k ETH)	11,1%

Sumber: Opensea.io, 2022

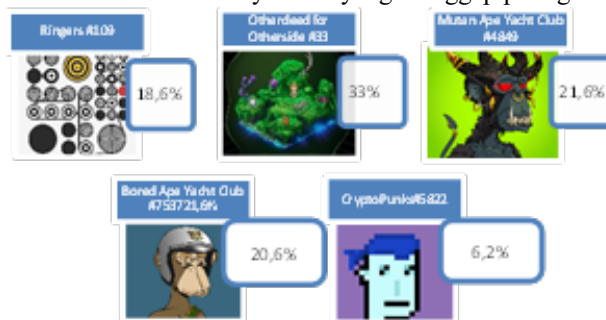
Hasil pada tabel 2 menunjukkan fakta yang berbeda dengan harga yang tertera pada website opensea.io. Oleh karena itu, penilaian masyarakat memiliki pertimbangan yang berbeda dengan seorang pembeli (buyer) dalam membuat keputusan untuk membeli sebuah karya dengan harga mahal. Peneliti melihat pandangan umum orang awam masih memperhatikan penilaian estetis sebuah karya secara general, baik dari segi bentuk, warna, kerumitan, dan tema yang

disajikan. Jika dilihat dari kelima karya di atas memang bisa dikatakan karya “Otherdeed for Otherside#33” memiliki keunikan tersendiri dibandingkan karya yang lain.

- Pilihlah karya NFT yang menurut anda paling menarik !



Gambar 13. Persentase karya NFT yang dianggap paling menarik



Gambar 14. Produk NFT dan Persentase karya NFT yang dianggap paling menarik

Pada pertanyaan mengenai minat memiliki hasil yang sama dengan karya yang menurut koresponden dijual dengan harga mahal. Bahwa karya “Otherdeed for Otherside#33” menempati peringkat pertama paling banyak dipilih oleh masyarakat. Sehingga, dapat dikatakan antara persepsi estetika karya yang dianggap menarik akan menentukan mahal tidaknya sebuah karya NFT. Namun, jika kita lihat pada table sebelumnya tentang harga jual tertinggi yang tertera pada platform Opensea.io memiliki asil yang berkebalikan. Pada platform website Opensea.io “cryptopunk” memiliki harga jual tertinggi, sedangkan koresponden menempati rangking ke-5 atau terakhir dari kelima koleksi diatas. Hal ini menjelaskan bahwa pandangan estetika dalam menentukan harga mahal pada NFT populer belum tentu yang dianggap paling menarik di kalangan masyarakat.

Berdasarkan analisis data kuesioner di atas, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan mengenai persepsi masyarakat pada karya – karya NFT opensea marketplace, yakni sebagai berikut:

- Kepopuleran karya NFT dipengaruhi oleh rasa “unik”

Istilah “unik” disini dapat diartikan dalam beberapa hal, dapat dikatakan “unik” karena bentuknya yang tidak biasa (materi) yang belum pernah ada sebelumnya, dapat dikatakan “unik” karena cerita yang diangkat melalui karyanya, atau bisa juga dikatakan unik karena makna dan sejarahnya dari karya tersebut. Berdasarkan data yang dipaparkan pada pembahasan sebelumnya, yang menunjukkan bahwa sebagian besar koresponden berpendapat bahwa popularitas NFT mahal dipengaruhi oleh keunikan produk seni NFT. Meskipun sebagian besar koresponden tidak memiliki latar belakang seni. Hal ini menunjukkan bahwa pandangan tentang rasa yang unik dimiliki oleh semua manusia, yang secara naluriah merasakan esensi dari daya tarik visual yang diserap dalam indra mereka dan kemudian diinternalisasikan ke dalam hati mereka.

- Kepopuleran karya NFT dipengaruhi oleh media pengantarnya

Hal ini menjawab pertanyaan apakah revolusi dalam penjualan karya dalam bentuk NFT ataupun dengan cara yang konvensional mempengaruhi kepopuleran dalam persepsi estetika pada karya, berdasarkan data yang dikumpulkan dari jawaban masyarakat menganggap bahwa karya dalam bentuk NFT memiliki keunggulan dalam ranah digital, contohnya memudahkan buyer (pembeli) memiliki produk NFT hanya secara online dan dapat memanfaatkan karya pada perangkat digital lainnya. Selain itu dianggap memiliki keunggulan dalam hak kepemilikan karya yang terstruktur dengan baik.

c. Kepopuleran karya NFT dipengaruhi oleh rasa “estetik”

Jika kita melihat contoh-contoh karya populer di atas, sebagian orang beranggapan bahwa pemilihan karya populer dipengaruhi oleh nilai estetikanya. Hasil penelitian sebelumnya oleh Jeffri (1997) dalam Chai, Peng, & Yu (2016) dalam mengungkapkan pandangan bahwa jika sebuah karya seni sangat artistik, maka harganya pasti mahal. Hasil penelitian memang mendukung hal tersebut, karena masyarakat beranggapan bahwa tingkat estetika berkorelasi dengan tingginya harga jual suatu produk. Estetika sebuah karya berbeda dengan nuansa "unik". Karena jika estetika dilihat berdasarkan pertimbangan formal keindahan ilmiah, sedangkan rasa “unik” tidak memerlukan pertimbangan tersebut. Secara naluriah muncul ketika melihat sesuatu yang menggetarkan hati dan hati seorang pengamat seni.

d. Kepopuleran karya NFT dipengaruhi oleh lingkungan (situasi dan kondisi disekitarnya)

Ada beberapa konteks yang mempengaruhi popularitas karya NFT menurut persepsi publik, antara lain: (1) situasi ekonomi dan industri kreativitas yang sudah mulai bergeser ke ranah digital. Hal ini terlihat ketika pandemi COVID-19 yang merajalela di seluruh dunia, telah membuat pergeseran penjualan yang awalnya dilakukan lebih konvensional menjadi cara digital, salah satunya melalui transaksi penjualan NFT atau crypto art. (2) Trend yang sengaja dimunculkan dan dipublikasikan secara masif, agar banyak yang mengikuti. Salah satu contohnya adalah koleksi cyptopunk. Kondisi serupa juga dilihat publik pada koleksi sehari-hari Ghozali yang mendominasi popularitas Tanah Air, (3) Kisah di balik penciptaan karya-karya NFT, beberapa produk yang muncul di masyarakat juga diangkat melalui cerita yang memperkuat makna dan nilai sebuah karya seni NFT. Misalnya, dengan Ghozali's Everyday, ada cerita yang menggambarkan potret keseharian seorang remaja bernama Ghozali.

Berdasarkan pandangan estetika dan persepsi masyarakat, ada beberapa hal yang bisa dibahas yaitu pertama jika melihat hasil pandangan masyarakat terhadap NFT di Indonesia, sebagian besar masyarakat belum begitu mengenal karya NFT, padahal bentuk penjualan NFT memiliki kelebihan yang menguntungkan dari segi kepemilikan. produk seni dan kemudahan menjual karya seni. Namun, banyak orang berpikir dua kali untuk membeli karya NFT dengan harga tinggi, padahal mereka tertarik dengan karya tersebut. Dewi (2022) menyatakan bahwa ada 4 hal yang mendorong orang untuk membeli karya NFT, antara lain: (1) mendapatkan keuntungan, 64,3% mengatakan bahwa alasan utama mereka membeli NFT adalah untuk mencari uang, (2) salah satu keuntungan paling signifikan dari proyek NFT karena orang yang aktif dapat menjadi dasar keberhasilan proyek dengan membangun buzz dan menarik orang baru, yakni berinvestasi dalam sesuatu yang dapat membawa jangka panjang. (3) cinta seni, atau bisa dikatakan kolektor seni, dan (4) NFT untuk akses ke game, salah satu manfaat utama NFT adalah nilai yang menyertainya. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2022) menunjukkan pada aspek alasan “mengapa orang membeli NFT” sedangkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi orang dalam melihat sebuah karya seni populer yang menempatkan koresponden sebagai pengamat, bukan sebagai buyer (pembeli). Hasil penelitian ini memiliki kesesuaian dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2022), yakni dengan melihat persepsi masyarakat dalam melihat karya populer dengan harga tertinggi memiliki perbedaan tingkat penilaian atau bahkan berkebalikan dari data yang ada pada marketplace. Sehingga dapat dikatakan bahwa seorang

buyer (pembeli) NFT adalah orang – orang yang memiliki keminatan atau tujuan tertentu yang terkadang tidak sesuai dengan pandangan masyarakat pada umumnya.

Xenakis & Arnellos (2014), menjelaskan bahwa persepsi estetika menentang setiap disosiasi antara persepsi dan kognisi, yang menurutnya kognisi menyimpang dari persepsi sebagai non-persepsi atau sebaliknya, yakni persepsi menyimpang dari kognisi yang berfokus pada mekanisme sensorik bottom-up. Sama halnya dengan pendapat Bundgaard & Ostergaard (2017) bahwa "persepsi estetika" di sini tidak dipahami sebagai pengalaman objek, katakanlah, perasaan keindahan, minat estetika, atau kesenangan apa pun. Dalam penggunaan "persepsi estetika" berarti persepsi objek yang dikategorikan sebagai karya seni, terlepas dari nilai yang diberikan padanya. Pendapat ini memperkuat hasil penelitian ini bahwa pandangan masyarakat awam, yang didasarkan oleh persepsi tanpa melibatkan peran kognisi. Artinya, masyarakat dalam menilai tidak mempertimbangkan aturan – aturan kognisi tentang estetika sebuah karya. Sehingga, pandangan masyarakat pada karya NFT mahal yang dibeli oleh seorang buyer (pembeli) akan berbeda, sebab jika dilihat pada tujuan seorang pembeli yang memiliki latar belakang seni atau pemerhati seni yang paham pada ranah kognitif dan pertimbangan formal estetik.

4. Kesimpulan

Pada umumnya penelitian ini menunjukkan data yang menjelaskan tentang karakteristik produk NFT populer pada opensea marketplace dan juga melihat hal – hal yang mempengaruhi masyarakat mengenai pandangan atau persepsi estetika pada karya – karya populer NFT yang dijual dengan harga mahal pada opensea marketplace. Hasil penelitian menunjukkan bahwa; Pertama, pada aspek estetik karya NFT memiliki karakteristik yang mempertimbangkan beberapa hal, yaitu; (a) pemilihan karakter, (b) pengambilan objek gambar, (c) pemilihan gaya, dan (d) nilai guna. Kedua, pandangan persepsi masyarakat terhadap karya populer NFT Opensea marketplace dipengaruhi oleh; (a) rasa “unik”, (b) media pengantarnya, (c) rasa “estetik”, (d) lingkungan (situasi dan kondisi disekitarnya). Pada intinya pandangan persepsi estetika masyarakat dalam melihat karya NFT mahal belum tentu dianggap sebagai karya yang memiliki estetika dalam hal ini menurut pandangan masyarakat awam atau tidak paham mengenai seni dan desain.

Daftar Pustaka

- [1] Adorno, T. W. *Aesthetic Theory*. London-NY : Continuum. 2002.
- [2] Arikunto, S. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006.
- [3] Bundgaard, P. F., Heath, J., & Østergaard, S. Aesthetic perception, attention, and non-genericity: How artists exploit the automatism of perception to construct meaning in vision. *Journal Cognitive Semiotics*. 2017; 10 (2): 91-120.
- [4] Chai, F., Peng, K., & Yu, F. Pricing Aesthetics: How Cognitive Perception Affects Bidding For Artworks . *Social Behavior and Personality: an international Journal*. 2016; 44 (4): 541-554.
- [5] Dewi, I. R. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220613143106-37-346624/simak-4-alasan-beli-nft-kejar-cuan-hingga-flexing>. 2022.
- [6] Deppradar.com. NFT Marketplaces. <https://dappradar.com/nft/marketplaces>. 2022.
- [7] Franceschet. M. et al. Crypto Art a Decentralized View. *Journal Leonardo*. 2021; 54 (4): 402–405.
- [8] Goldstein, E. B., & Brokmole, J. R. *Sensation and Perception*. Tent Edition. USA : Cengage Learning. 2017.
- [9] Goldstein, E. B. *Encyclopedia of Perception*. USA : Sage. 2010.
- [10] Gunduz, Eryilmaz, & Yazici. Crypto Art Perception of University Students within The Scope Of NFT-Blockchain Platform. *Journal Idil*. 2022; 90 (2): 261–273

- [11] Halsall, F., Jansen, J., & O'Connor, T. Editorial Introduction Aesthetics and its objects – challenges from art and experience. *Journal of Visual Art Practice*. 2002; 5 (3): 123-126
- [12] Kugler, L. Non-Fungible Tokens and the Future of Art. *Journal Communications of the ACM*. 2021; 64 (9): 19-20.
- [13] Mack, N., Woodsong, C., MacQueen, K. M., & Guest, G. *Qualitative Research Methods: A Data Collector's Field Guide*. USA : Family Health International. 2011.
- [14] Maruto, J. Study of Ethics, Ethics and Aesthetics in Fine Art. *Journal of Imagination*. 2014; 12 (1): 22 – 32.
- [15] Miralay, F., & Egitmen, Z. Aesthetic perceptions of art educators in higher education level at art classes and their effect on learners. *Cypriot Journal of Educational Sciences*. 2019; 14(2): 352-360.
- [16] Opensea.io. The top NFTs on OpenSea, ranked by volume, floor price and other statistics. https://opensea.io/rankings?sortBy=total_volume. 2022.
- [17] Riyanto, G. P. Breaking Records, NFT Transactions in OpenSea Reach Rp 55 Trillion. <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/20/09310007/cepatkan-rekor-transaksi-nft-di-opensea-tembus-rp-55-triliun?page=all>. 2022.
- [18] Sibley, F. *Approach to Aesthetics: Collected papers on Philosophical Aesthetics*. : Clarendon Press. 2001.
- [19] Sugiyono. *Qualitative Quantitative Research Methods and R&D*. Bandung: Alfabeta. 2018.
- [20] Sukmadinata, N. S. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. 2017.
- [21] Tempo.co. Opensea in List of 10 Most Popular NFT Marketplaces in 2021. <http://tempo.co/data/1317/opensea-in-list-10-most-popular-nft-marketplace-in-2021>. 2021.
- [22] Velasco, C., Barbosa, F., & Pombo, M. Value in the age of non-fungible tokens (NFTs). <https://www.bi.edu/research/business-review/articles/2021/11/value-in-the-age-of-non-fungible-tokens-nfts/>. 2021.
- [23] Xenakis, L., & Arnellos, A. Aesthetic Perception and It Minimal Content : A Naturalistic Perspective. *Journal of Frontiers in Psychology*. 2014; 5 (1038): 1-15.