

Kerjasama antara



Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia



Program Studi Ilmu Komunikasi

E-ISSN:
2962- 4169
Volume 3
Nomor 2
Desember 2024

KONTEKSTUAL
Jurnal Ilmu Komunikasi
www.ubl.ac.id/kontekstual

Metaverse dan NFT sebagai Budaya Digital: Persepsi, Interaksi, dan Adopsi Metaverse dan NFT di antara Generasi Milenial

Agusly Irawan Aritonang¹

¹ Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya, Indonesia,
Jl. Siwalankerto 121-131 Surabaya, Indonesia

*Penulis korespondensi: Telpon. +62- 812 31478995 ; e-mail: agusly@petra.ac.id

Abstrak

NFT dan Metaverse muncul sebagai fenomena yang menarik. Sebagai praktiknya, banyak orang yang mulai memainkan NFT. Sebagai perbincangan, wacana tentang keberlanjutan "mainan" digital ini juga dibahas. Apakah ini hanya fenomena sementara atau jangka panjang? Artikel ini mencoba memotret bagaimana persepsi generasi milenial terhadap produk digital seperti Metaverse dan NFT. Persepsi yang muncul merupakan hasil dari interaksi mereka dengan produk digital tersebut. Topik ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara kepada informan yang telah berinteraksi pada tahap awal dan tahap lanjut. Hasilnya adalah informan dengan interaksi tingkat awal memiliki persepsi bahwa produk digital seperti Metaverse tidak mendesak untuk saat ini. Informan dengan interaksi tingkat lanjut merasa bahwa ada gambaran besar sebagai peluang yang dijanjikan dari kemunculan teknologi seperti Metaverse dan NFT. Topik seputar desentralisasi, kreativitas, dan faktor keuangan mendorong mereka untuk berinteraksi dengan barang-barang digital ini.

Kata kunci - Budaya Digital, NFT & Metaverse, Persepsi, Interaksi, Adopsi

Abstrack

NFT and Metaverse appear as interesting phenomena. As practice, many people are starting to play of NFT. As a conversation, the discourse about the sustainability of digital "toys" is also discussed. Is this just a temporary or long term phenomenon? This article tries to take a picture of how the millennial generation perceives about digital products such as Metaverse and NFT. The perceptions that arise are the result of their interaction with these digital products. This topic uses a qualitative approach with interviews to informant who have interacted in the early and further stages. The result is informant with early level interaction have perceive that digital products like Metaverse is not urgent at this time. Informant with advanced level interaction feel that there is a big picture as a promised opportunity from the emergence of technologies as Metaverse and NFT. Topics around decentralization, creativity, and financial factors drive them to interact with these digital items.

Keyword - Digital Culture, NFT & Metaverse, Perception, Interaction, Adoption

PENDAHULUAN

Fenomena kemunculan Metaverse dan NFT saat ini menjadi bahan diskusi yang segar. Pembahasan mengenai isu-isu seputar blockchain, Metaverse dan NFT sendiri hadir dalam berbagai dimensi topik mulai dari sisi teknis seperti naik turunnya nilai tukar kripto, atau bitcoin yang dibeli oleh pengusaha konglomerat Elon Musk, hingga topik-topik yang menjadi hal yang sangat umum di Indonesia seperti halal haramnya mata uang bitcoin dan kripto. Dibalik hiruk pikuknya pembahasan terkait produk digital seperti Metaverse dan NFT, sebenarnya dari sisi pembahasan "mainan" baru ini tidak lepas dari praktik budaya digital yang gejalanya sudah semakin kuat di setiap kehidupan kita.

Sebagai sebuah fenomena yang begitu dekat dengan generasi "digital native", kemunculan Metaverse, NFT, kripto, dan lain sebagainya tetap tidak bisa dilepaskan dari proses difusi inovasi dimana sebagai sebuah inovasi baru, kemunculan NFT, kripto, dan lain sebagainya sebagai sebuah inovasi hingga akhirnya inovasi tersebut bisa diserap dan digunakan oleh sekelompok masyarakat tetap membutuhkan dan melewati tahapan-tahapan tertentu. Ada kombinasi dari unsur-unsur seperti inovasi, proses komunikasi melalui saluran tertentu dalam jangka waktu tertentu di antara para anggota. Salah satu teori yang disebutkan oleh Rogers (2003) terkait difusi inovasi adalah teori tentang proses keputusan inovasi. Pada bagian ini disebutkan bahwa terdapat tahapan-tahapan yang diperlukan seseorang dalam proses pengambilan keputusan inovasi, yaitu tahapan pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, dan konfirmasi. Memperhatikan tahapan-tahapan tersebut, menjadi menarik untuk mengamati proses "dialektika" dari kedua orang yang berinteraksi, baik kelompok yang masih dalam tahap awal seperti orang yang baru mengenal, mencoba, dan belajar, maupun kelompok yang sudah berada dalam level komunikasi lanjut dimana mereka sudah terjun ke dunia NFT. Proses dialektika kedua kelompok ini diuraikan sebagai potret persepsi mereka terhadap kemunculan inovasi teknologi NFT dan Metaverse serta interaksi mereka dengan Metaverse dan NFT. Tentunya, setiap kelompok akan memberikan jawaban atas interaksi mereka berdasarkan jenis inovasi yang mereka selami. Oleh karena itu, fokus penelitian ini adalah bagaimana persepsi kelompok milenial terhadap kemunculan Metaverse dan NFT sebagai sebuah inovasi.

W. Rehman et al (2021) menyatakan NFT, singkatan dari "non-fungible token", adalah aset digital yang mewakili karya kreatif fisik atau digital atau kekayaan intelektual termasuk musik, seni digital, game, gif, klip video, dan lainnya. "Non-fungible" dalam NFT berarti bahwa setiap token tidak dapat ditukar dengan token lain, menjadikan setiap token sebagai entitas unik yang mewakili satu objek tertentu. Token ini terdiri dari informasi digital dalam bentuk media (musik, video, gambar) yang nilainya dapat dihitung dalam mata uang kripto. NFT adalah bagian dari blockchain Ethereum secara khusus tetapi berbeda dari koin Ethereum yang dapat dipertukarkan, yaitu dapat ditukar dengan jenis aset yang serupa.

Usman Noor (2021) menyatakan NFT pada prinsipnya menyematkan smart contract pada sebuah file digital yang dapat berupa tulisan, gambar, suara, atau video. Dalam konteks NFT, karya-karya tersebut memiliki kepenulisan yang jelas, orang yang bertanggung jawab atas konten tersebut akan menjadi hal yang utama. Hal ini karena konsep tanggung jawab atau pergeseran kepenulisan NFT itu sendiri. Bukan kontrak pintar, dalam diskusi NFT, yang menjadi arsip digital karena kontrak pintar hanyalah sekelompok kode yang menggambarkan kepenulisan. Namun, itu adalah arsip digital yang disematkan dengan NFT atau diperdagangkan di platform blockchain NFT.

Karya digital pada NFT disebut sebagai arsip digital karena file tersebut memiliki karakteristik arsip digital. Luciana Duranti dalam Lemieux (2018) menyatakan bahwa sebuah arsip digital setidaknya memiliki 8 komponen utama, yaitu

1. Medium, sebagai tempat fisik untuk membawa konten.
2. Bentuk fisik, atribut dari catatan elektronik seperti skrip, bahasa tanda, dan karakter tertentu yang tidak dapat dibaca oleh pengguna tanpa itu.
3. Bentuk intelektual, atribut formal yang mewakili dan mengkomunikasikan perilaku di mana catatan tersebut terlibat. Hal ini mencakup konfigurasi informasi, artikulasi konten, dan anotasi.
4. Konten, pesan yang akan disampaikan.
5. Perilaku, aktivitas, dan tujuan dari catatan.
6. Orang / Institusi, lembaga yang memiliki peran dalam pembuatan catatan.
7. Pengikatan arsip, hubungan yang kompleks antara satu arsip dengan arsip lainnya, yang biasanya disampaikan melalui kode lokasi fisik, kode klasifikasi, atau nomor register; dan
8. Konteks, kerangka kerja yang menjelaskan di mana catatan tersebut melibatkan.

Berdasarkan 8 ciri tersebut, karya digital di NFT juga disebut arsip digital karena memiliki 8 ciri atau karakteristik tersebut. Sebagai contoh; dalam NFT orang atau kelompok yang memiliki tanggung jawab terhadap arsip tersebut menjadi hal yang krusial karena merekalah yang menentukan harga dan menjual karya-karya tersebut (Usman Noor, 2021:229).

NFT adalah bagian dari Blockchain Ethereum. Blockchain Ethereum adalah salah satu jaringan blockchain di antara sekitar puluhan atau ratusan blockchain yang beroperasi secara aktif. Blockchain sendiri merupakan sebuah platform utama yang saling terhubung dan saling berbagi untuk melakukan pencatatan transaksi aset dalam sebuah jaringan bisnis. Aset, dalam hal ini, bisa berwujud maupun tidak berwujud seperti hak intelektual, paten, hak cipta, dan merek. Dapat dikatakan bahwa semua entitas yang memiliki nilai dapat ditelusuri dan diperdagangkan dalam jaringan Blockchain. Oleh karena itu, secara sederhana, informasi apa pun dapat dimasukkan ke dalam jaringan blockchain. Lebih lanjut, dalam istilah NFT, blockchain bukan hanya sekelompok kode. Ini juga merupakan token individu di mana informasi tambahan termasuk file digital atau arsip digital dapat disematkan di dalamnya, kemudian arsip digital tersebut memiliki nilai yang dapat diperdagangkan. Tidak hanya sekedar kumpulan kode, Blockchain sendiri terdiri dari tiga komponen utama, yaitu blok, chai, dan jaringan. Blok; daftar transkripsi transaksi yang dicatat pada Ledger dalam periode tertentu. Ukuran, periode, dan pemicu pada setiap blok berbeda pada setiap blockchain. Tidak semua blockchain mencatat pergerakan transaksi atau toke. Di sini, proses transaksi adalah proses pencatatan data. Penentuan nilai terhadap blok yang akan digunakan sebagai acuan interpretasi data yang tercatat pada blok tersebut. Karena kesulitan, biaya, dan juga waktu yang dibutuhkan untuk melakukan blok, maka orang yang melakukan blok tidak melakukannya secara gratis. Ada algoritma dari blockchain yang memberikan imbalan bagi mereka yang melakukan jaringan blockchain. Biasanya, reward tersebut berupa mata uang kripto seperti Bitcoin. (Usman, Noor, 2021:228).

Rogers, Everett M. (1983) menyebutkan inovasi adalah ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau unit adopsi lainnya. Kebaruan yang dirasakan dari ide tersebut bagi individu menentukan reaksinya terhadap ide tersebut. Jika sebuah ide tampak baru bagi individu, maka ide tersebut adalah sebuah inovasi. Kebaruan dalam sebuah inovasi tidak hanya melibatkan pengetahuan baru. Seseorang mungkin telah mengetahui tentang sebuah inovasi untuk beberapa waktu tetapi belum mengembangkan sikap yang menguntungkan atau tidak

menguntungkan terhadapnya, atau belum mengadopsi atau mengambil keputusan untuk mengadopsi, menolaknya. "Kebaruan" suatu inovasi dapat diekspresikan dalam bentuk pengetahuan, persuasi, atau keputusan untuk mengadopsi.

Kemunculan Metaverse tentunya tidak lepas dari proses yang dilakukan oleh platform media sosial; Facebook ketika Mark Zuckerberg selaku CEO Facebook mendeklarasikan perubahan nama perusahaannya menjadi Meta Platform Inc. Meskipun konsep Metaverse sendiri akhirnya tidak menjadi "monopoli" dari Meta/Facebook sendiri. Metaverse, sebagai sebuah istilah, pertama kali disebutkan oleh Neal Stephenson (CNBC, 2021) dalam komiknya pada tahun 1992, yang secara sederhana dapat dipahami sebagai sebuah realitas virtual 3D yang memungkinkan avatar-avatars bermunculan untuk mengisi lingkungan virtual tersebut. Inovasi pada 3D, kemunculan avatar dalam dunia/realitas menjadi tawaran inovasi Metaverse yang tentunya dapat digunakan dalam banyak hal yang memberikan peluang untuk banyak hal termasuk komersialisasi, pekerjaan, dll.

Sebagian besar ide baru yang difusinya telah dianalisis adalah inovasi teknologi, dan kita sering menggunakan kata "inovasi" dan "teknologi" sebagai sinonim. *Teknologi* adalah desain untuk tindakan instrumental yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab-akibat yang terlibat dalam mencapai hasil yang diinginkan. Sebuah teknologi biasanya memiliki dua komponen:

1. Aspek *perangkat keras*, yang terdiri dari alat yang mewujudkan teknologi sebagai bahan atau objek fisik, dan
2. Aspek *perangkat lunak*, yang terdiri dari basis informasi untuk alat tersebut. (Rogers: 1983, 12)

Rogers (1983, 15-16) menyatakan bahwa proses difusi sebagai proses dimana (1) suatu *inovasi* (2) *dikomunikasikan* melalui *saluran-saluran* tertentu (3) dalam *jangka waktu* tertentu (4) di antara para anggota suatu *sistem sosial*. Oleh karena itu, ada empat elemen penting yang sangat menentukan dalam proses difusi, yaitu adanya inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu/fase, dan anggota sistem sosial. Dalam beberapa penelitian mengenai inovasi khususnya yang menggunakan teori Difusi Inovasi ini, terdapat beberapa temuan yang menarik. Sebagai contoh, penelitian Ghani (2021) yang dikutip oleh Nurisa Rahma Shantika menunjukkan niat adopsi terhadap suatu hal yang baru (dalam hal ini adalah layanan e-wallet) dipengaruhi oleh 4 faktor yaitu keuntungan relatif, kompatibilitas, trialability, dan observability.

Model Penerimaan Teknologi

Ajzen & Fishbein (1972) menyebutkan The Technology Acceptance Model (TAM) secara luas digunakan untuk mengukur bagaimana keyakinan mempengaruhi niat seseorang dan akhirnya niat mempengaruhi tindakan seseorang. Secara umum, Davis menyebutkan TAM adalah teori tindakan beralasan yang berusaha menjelaskan bagaimana seseorang akan berperilaku berdasarkan sikap dan niatnya.

Secara umum, Davis (1989, p.320) menyatakan TAM adalah sebuah teori tindakan beralasan yang berusaha menjelaskan bagaimana seorang individu akan berperilaku berdasarkan sikap dan niatnya. TAM memiliki dua faktor penentu utama: persepsi kegunaan (PU) dan persepsi kemudahan penggunaan (PEOU). Menurut model ini, persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan mempengaruhi sikap pengguna dalam kaitannya dengan penggunaan suatu sistem. Hal ini selanjutnya mempengaruhi niat perilaku pengguna terhadap

penggunaan sistem yang pada akhirnya menentukan penggunaan sistem yang sebenarnya seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1.

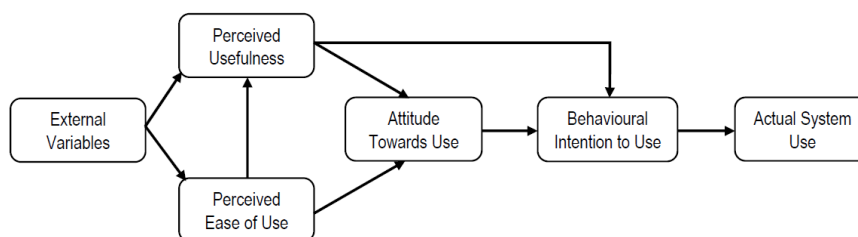


Figure 1. Technology Acceptance Model (Davis, 1989).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif melibatkan pendekatan interpretatif dan naturalistik terhadap dunia. Ini berarti bahwa peneliti kualitatif mempelajari hal-hal dalam pengaturan alamiah mereka, berusaha untuk memahami atau menafsirkan, fenomena dalam hal makna yang dibawa orang kepada mereka. (Denzin N. dan Lincoln Y. 2000) Pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai 7 informan yang mewakili 2 karakteristik informan, yaitu kelompok yang memiliki pengetahuan awal tentang Metaverse dan kelompok pengguna NFT. Wawancara dilakukan secara online dengan menggunakan fasilitas google meet.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman Awal tentang Metaverse & NFT

Pengetahuan dan informasi menjadi dasar seseorang ingin berinteraksi dan lebih jauh lagi ingin menggunakan sesuatu yang baru termasuk hal-hal yang berkaitan dengan teknologi. Terkait dengan interaksi antara informan dengan Metaverse dan NFT, variasi informasi menjadi pengetahuan awal yang mereka miliki terkait penggunaan Metaverse dan NFT. Variasi pengetahuan awal yang dimiliki oleh informan dapat dilihat dari sebaran jawaban mereka, seperti di bawah ini:

SC (I 1) : "metaverse yang saya tahu adalah lingkungan realitas di mana kita bisa hadir di lingkungan yang kita inginkan. Di lingkungan itu kita bisa mengambil hal-hal yang bisa kita lingkungan baru sampai di ekosistem itu, jadi mulai dari rumah, suasana, sampai siapa pun yang kita inginkan untuk berada di sana, kita bisa memilih. Kita dapat menyesuaikan siapa pun yang kita inginkan yang kita inginkan untuk berada di sana dan apa pun yang ingin kita lakukan di sana."

Informasi lain terkait apa itu Metaverse diberikan oleh informan lain. Informan ini menyatakan bahwa Metaverse sama dengan meeting room lain yang sudah lebih dulu populer seperti Zoom atau Google Meet. Hal ini dinyatakan dalam pernyataan di bawah ini:

SP (I 2) : "Ya, yang saya tahu kurang lebih sama dengan Google dan Zoom yang merupakan platform untuk bertemu dengan orang yang kita inginkan."

SC (I 1) dan SP (I 2) adalah profil mahasiswa yang baru saja berinteraksi dengan dunia Metaverse. Metaverse ini diperkenalkan kepada mereka saat mereka mempelajari satu mata kuliah di universitas. Pada saat itu, para mahasiswa termasuk mereka, diperkenalkan dengan konsep dan praktik Metaverse dan mereka juga mengaplikasikan pengetahuan tentang Metaverse dalam proyek kelas mereka.

Pengguna tingkat lanjut; ketika mereka berinteraksi dengan NFT memiliki pandangan yang lebih komprehensif terkait dengan apa yang mereka lakukan saat ini. IF (I 3) sebagai pelaku NFT menyatakan bahwa NFT merupakan metode yang membawa inovasi terkait sertifikat secara digital. Pernyataan ini dinyatakan seperti di bawah ini:

JIKA (I 3) : "penawaran inovasi oleh NFT adalah sertifikat secara digital."

HA (I4) seseorang yang juga mendalami NFT memandang NFT sebagai barang yang ia simpan saat ini karena ia percaya bahwa NFT akan berguna sebagai mata uang baru di masa depan. Sebagai sebuah inovasi, ia memandang NFT saat ini sebagai barang dengan kegunaan yang belum dapat dilihat, namun akan terlihat di masa depan.

IF (I 3) dan HA (I4) adalah profil pengguna NFT selama bertahun-tahun. IF menggunakan NFT sebagai barang yang dapat dikoleksi dan menyebut dirinya sebagai kolektor terutama untuk barang-barang yang ia sukai seperti basket world. Di sisi lain, HA juga menggunakan NFT sebagai barang investasi karena dia adalah seorang content creator yang memproduksi konten yang dia perdagangkan dalam bentuk NFT. IF sebelumnya juga merupakan penggemar teknologi sehingga pembaruan teknologi membuatnya terjun ke NFT karena dia melihat ada aspek baru yang menjanjikan di dunia NFT. Di sisi lain, HA pertama kali terjun ke NFT karena interaksi antara dirinya dengan komunitas yang secara aktif membicarakan NFT dan mendorongnya untuk belajar secara otodidak tentang NFT.

Kebutuhan Saat Ini Tentang Metaverse dan NFT.

Metaverse dan NFT sebagai sebuah penawaran inovasi mendapat jawaban yang sama dari 2 kelompok informan untuk menjawab apakah kedua inovasi tersebut sudah menjadi kebutuhan atau belum. Kelompok informan yang berinteraksi dengan Metaverse pada tahap awal merasa bahwa Metaverse belum menjadi kebutuhan yang mendesak. SP (I 2) menyatakan bahwa fasilitas yang belum memadai membuat Metaverse belum menjadi kebutuhan. Hal ini ia nyatakan melalui pernyataan di bawah ini:

"Kalau saya sih Pak, sudah tepat tapi menurut saya belum terlalu mendesak untuk menjadi kebutuhan karena membutuhkan fasilitas yang memadai."

T (I5) memiliki sudut pandang yang diplomatis terkait dengan kebutuhan di Metaverse. Menurutnya kebutuhan itu bersifat relatif. Kondisi relativitas pada kebutuhan tersebut, menurutnya, muncul karena pola kerja saat ini; remote atau bekerja dari mana saja juga

mendorong kebutuhan akan aplikasi yang memungkinkan terjadinya pertemuan virtual. Hal ini dinyatakan melalui pernyataannya di bawah ini:

"Kebutuhan yang layak itu relatif, Pak. Namun, menurut saya, sekarang orang ingin mereka bisa bekerja dari mana saja."

SC (I1) memandang Metaverse dari sisi kebutuhan, ia menganggap Metaverse cenderung sebagai alternatif ketika ia ingin merasakan sensasi yang berbeda dalam berinteraksi di dunia nyata, namun bukan sebagai kebutuhan yang mendesak. Hal ini ia ungkapkan melalui pernyataan di bawah ini:

"Bagi saya, metaverse cenderung menjadi alternatif daripada kebutuhan. Jadi, misalnya, jika saya ingin merasakan sensasi yang berbeda di bidang trading atau mengajar. Tapi menurut saya, itu tidak bisa dikatakan sebagai kebutuhan."

GM (I 7) yang juga merupakan mahasiswa yang berinteraksi dengan Metaverse pada tahap awal melihat bahwa kebutuhan akan Metaverse dapat menjadi sangat personal. Menurutnya, dalam situasi pandemi Metaverse dapat menjadi kebutuhan, namun seiring dengan membaiknya situasi, ia menginginkan interaksi yang tidak lagi bersifat virtual namun dapat bertemu secara visual. Hal tersebut ia ungkapkan dalam pernyataan di bawah ini:

"Bagi saya itu sudah menjadi kebutuhan, tapi untuk situasi sekarang ini, saya lebih suka bertemu langsung daripada secara online. Kondisi saat ini semakin membaik dan semua bisa dilakukan secara offline, jadi mengapa tidak untuk melakukannya secara offline."

HA (I4) sebagai profil yang sudah mendalami NFT juga merasa bahwa NFT belum menjadi kebutuhan, namun ia yakin NFT akan menjadi kebutuhan di masa depan. Hal ini dinyatakan olehnya sebagai berikut:

"Untuk saat ini belum bisa dikatakan sebagai kebutuhan karena tidak ada yang mendorong untuk menggunakannya. Hal ini berbeda dengan jika kita membutuhkan BBM. Karena kita belum tahu kebutuhan dasar manusia yang difasilitasi sehingga kita tidak bisa menghindarinya, bukan?"

A (I 6) sebagai pelaku/pemain NFT yang menjadikan NFT sebagai salah satu barang yang diperdagangkannya, juga memandang NFT sebagai investasi masa depan. Dia menyatakan hal ini sebagai berikut:

"Jadi saya mengambil cara kedua sebagai trader. Misalnya: jika kita memperdagangkan saham, maka kita mencari Proyek NFT yang mengeluarkan sekitar 5.000-10.000 item dan mereka melakukannya dalam bentuk crowd funding dan pembelinya adalah orang-orang yang berinvestasi yang ingin mendapatkan nilai lain di masa depan."

Potret Besar Kemunculan Metaverse dan NFT

Kemunculan Metaverse dan NFT pada dasarnya menawarkan potret besar dan ide yang luas. Jika (I3) memberikan argumentasi mengenai kemunculan NFT itu sendiri. Menurutnya, kemunculan NFT memiliki keterkaitan dengan kemunculan Metaverse itu sendiri. Metaverse sampai saat ini masih terus berkembang, NFT menjadi pintu masuk bagi Metaverse itu sendiri.

"Kalau saya melihat dari sisi pemain atau kolektor trader kripto, itu bisa sesaat tren sesaat, Gus. Kenapa? Karena yang menggerakkan harga barang adalah pasar. Kalau di trading itu kan murni supply dan demand, bukan? Kalau ada penawaran, maka akan diikuti oleh permintaan. Tapi, memang saya melihat NFT itu naik turun dan dari sisi kolektor atau pedagang, itu mungkin sebuah tren. Namun, jika kita melihat industri yang lebih besar, saya pikir itu akan begitu besar dalam 10-20 tahun ke depan. Ini datang terlalu cepat dan banyak industri, menurut saya pendapat saya, belum siap untuk bergabung dengan ekosistem NFT. Dan terakhir, melihat NFT seperti biasa instrumen pemasaran dan setelah itu, semuanya berjalan. Faktanya, ini tidak sesederhana itu. Teknologi di balik itu yang harus kita gali lebih dalam.

Pemikiran saya bahwa setiap orang memeraikan metaverse, NFT adalah pintu masuk ke dunia nyata Metaverse yang sebenarnya. Metaverse sendiri masih terus berkembang, ini baru permulaan."

Menggambarkan apa itu NFT, IF juga memberikan gambaran santai tentang hal-hal yang perlu dipelajari terkait kemunculan NFT itu sendiri. Dan menyinggung apakah NFT saat ini sudah menjadi kebutuhan atau tren sesaat, IF memberikan argumentasi bahwa kemunculan NFT itu sendiri memang terlalu cepat, namun industri belum siap untuk ekosistemnya. hal ini disebutkan dalam argumen di bawah ini:

"Sebenarnya bukan hanya sertifikat, Gus. Sertifikat adalah contoh dari pendekatan berpikir yang tepat. pendekatan berpikir yang tepat. Kenapa? karena ada barang, sertifikat digital aset, dan lain-lain yang di-upload di blockchain, di dalamnya ada nama kita yang diakui publik dan publik tidak bisa mengganggu karena itu adalah contoh sertifikat. Itu nomor 1. Yang kedua yang kedua adalah karya seni itu, Gus. Jadi, misalnya dulu kalau kita beli lukisan, harganya harganya bisa 1 miliar. Tapi kalau kita pecinta seni di komunitas seni tertentu yang kita sukai, itu seperti NFT. Ketika NFT, apa ya, seni kripto semakin booming, ada sesuatu yang namanya cryptophane di Indonesia saya sudah melihat banyak sekali. Ini menarik. Ini bisa menjadi kanal media baru yang bisa digunakan oleh para pembuat konten untuk menumbuhkan ekonomi digital berdasarkan desentralisasi tanpa perantara. Ini adalah bukan sebagai sesuatu yang besar sehingga kita harus siap untuk mempelajarinya."

Topik lain yang menjadi isu terkait kemunculan NFT itu sendiri adalah sentralisasi dan desentralisasi dalam masalah transaksi keuangan. Sentralisasi mengacu pada regulator atau pengatur yang mengatur perputaran transaksi. Di sisi lain, dalam pola NFT, prinsip desentralisasi dikedepankan di mana harapannya tidak ada regulator yang mengatur pola transaksi. IF (I3) memberikan argumentasi mengenai sentralisasi dan desentralisasi sebagai berikut:

"Karena jika kita berbicara tentang lebih banyak ekosistem NFT, kita akan menghadapi yang tersentralisasi dan kata kunci yang terdesentralisasi. Apa yang dimaksud dengan terpusat? Terpusat adalah bahwa saat ini kita ekonomi kita saat ini di mana perputaran uang kita untuk nilai transaksional semuanya diatur oleh Bank Indonesia, sehingga ada NFD di luar. Harus ada lembaga yang tersentralisasi yang mengatur

perputaran ekonomi. Nah, jadi itu juga tentang NFT. Sebetulnya, NFT itu NFT juga tersentralisasi tetapi NFT yang terdesentralisasi adalah yang lebih berkembang. Nanti ada tidak ada lembaga yang mengatur perputaran ekonomi. Perputaran transaksional adalah menjadi sulit karena desentralisasi."

Terhadap isu sentralisasi dan desentralisasi, HA (14) memberikan perspektif yang berbeda. Menurutnya, isu desentralisasi pada NFT tidak sepenuhnya benar karena pada prinsipnya tetap ada regulator, dan regulator adalah pihak yang memiliki banyak modal atau dana. Hal ini dinyatakan dalam pernyataannya sebagai berikut:

"Inilah yang saya dapatkan dalam kursus saya di coursera; desentralisasi tampak begitu mengagungkan proses demokratisasi, memang. Semua orang bisa mendapatkan akses tanpa perantara. Mengapa mengapa perbankan begitu mahal? Karena ada banyak perantara. Kalau kita lihat di mana saja seperti di bidang saham, perdagangan, komoditas, militer atau di mana saja dan yang yang mengatur adalah orang yang memiliki banyak uang, istilahnya paus besar. Kita tidak tahu siapa investornya, kita hanya tahu kodenya saja. Dalam mata uang kripto itu disebut pseudoname dan semua pemain atau pemain blockchain sudah tahu. Jadi harus ada harus ada regulasi, desentralisasi hanya sistemnya saja. Satu server membutuhkan dana yang tidak sedikit, waktu tidak efektif sedangkan dengan desentralisasi, sistemnya ada di gadget kita sendiri kita sendiri, dan saling berbagi. Jadi akan lebih lambat. Jadi ada plus dan minus dalam desentralisasi. Menurut saya, ini hanya sebuah alternatif. Sebenarnya ini lebih kepada siapa yang lebih dulu karena yang baru, yang baru sekarang bisa jadi paus besar dalam waktu 10 tahun kemudian. 10 tahun kemudian."

Persepsi, Interaksi, Adopsi Pengguna Metaverse dan NFT.

Kedua kelompok informan memiliki karakteristik yang berbeda. Kelompok pertama adalah kelompok Metaverse yang tingkat interaksinya berada pada tahap awal dimana mereka telah mengenal, mempelajari dan berinteraksi dengan dunia Metaverse. Interaksi mereka dilakukan melalui dunia pendidikan (dalam hal ini universitas). Interaksi ini baru sebatas pengenalan dan mencoba beberapa Metaverse dalam beberapa kegiatan yang berhubungan dengan perkuliahan. Sebelumnya, mereka belum pernah berinteraksi dengan Metaverse meskipun mereka pernah mendengar istilah NFT, Metaverse, crypto, dll. Persepsi kelompok Metaverse ini secara umum memiliki kesamaan pandangan bahwa Metaverse dipandang sebagai platform virtual yang memungkinkan interaksi virtual dengan menawarkan tren 3D. Penting untuk digarisbawahi bahwa pengenalan Metaverse terhadap kelompok informan Metaverse ini adalah dosen pengampu mata kuliah tersebut. Artinya, ada pihak lain yang memperkenalkan Metaverse kepada kelompok informan ini. Interaksi mereka selama proses perkuliahan terkait dengan Metaverse memberikan kesimpulan bahwa Metaverse masih dalam tahap awal sebagai kelompok awal dimana kemunculan Metaverse itu sendiri (menurut kelompok Metaverse) belum menjadi kebutuhan yang mendesak untuk saat ini. Dan informan Metaverse belum dapat diklasifikasikan sebagai do-er atau pengadopsi dari Metaverse itu sendiri. Karena ada keterkaitan antara keyakinan bahwa kemunculan Metaverse belum menjadi kebutuhan disamping kurangnya teknis yang mempengaruhi mereka belum siap sebagai do-er. Hal ini dapat dimaklumi karena kelompok informan Metaverse ini belum memiliki potret yang besar dan menyeluruh mengenai "peluang" dan "kata" yang ditawarkan oleh penggunaan Metaverse ini.

Kelompok informan kedua; kelompok NFT. Mereka adalah pengadopsi dalam istilah sebagai pelaku yang sudah menyelaminya, memilikinya, dan juga sebagai pendidik untuk memperkenalkan NFT. Ketiga informan ini memiliki karakteristik bahwa mereka memiliki ketertarikan terhadap inovasi ini. Sehingga mereka mencari tahu dan menggali lebih dalam pengetahuan tentang NFT, Blockchain, cryptocurrency, dll. Dengan memiliki pengetahuan tersebut, mereka mulai mengadopsi dan menggunakan NFT untuk berbagai kepentingan, misalnya perdagangan, koleksi, atau sebagai pembuat konten. Pengetahuan mereka menjadi modal untuk meyakini bahwa NFT, Metaverse, kripto memiliki potret besar yang menjanjikan di masa depan. Mereka memang mengakui bahwa hal tersebut bukanlah kebutuhan yang mendesak untuk saat ini, namun ada peluang di masa depan yang membuat mereka percaya bahwa hal tersebut dapat menjanjikan di masa depan. Informan 6 A, bahkan sudah bergerak ke tahap yang lebih progresif di mana ia sudah terlibat dalam komunitas yang memberikan edukasi tentang NFT kepada masyarakat umum. Salah satu informan yang sudah menjalankan peran sebagai edukator terkait NFT percaya bahwa pengenalan dan pengenalan terkait NFT (teknologi baru) ini sangat penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, semakin banyak orang yang mengenal dan mengetahui peluang dan kata yang ditawarkan oleh NFT dan Metaverse ini maka diharapkan semakin banyak orang yang akan mengikuti dan menggunakan benda-benda ini.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Proses Difusi Inovasi Difusi sebuah teknologi bukanlah proses yang sederhana. Ada tahapan dan kemungkinan inovasi dapat diterima atau tidak dapat diterima di masyarakat. Metaverse dan NFT berada dalam proses dan tahapan tersebut. Sebagai sebuah inovasi dengan penawaran tren yang belum populer di masyarakat umum, menjadi sebuah pertarungan apakah Metaverse dan NFT dapat menjadi sesuatu yang diterima masyarakat atau hanya menjadi fenomena booming sesaat. Ada kelompok yang sudah memiliki pengetahuan dan bergerak lebih awal sebagai pelaku atau adaptor. Tingkat interaksi dari masing-masing kelompok mempengaruhi pengetahuan dan persepsi mereka terhadap Metaverse dan NFT itu sendiri. Pada akhirnya, pengetahuan dapat mempengaruhi keyakinan mereka untuk mengadopsi atau tidak mengadopsi suatu inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1972) *Sikap dan keyakinan normatif sebagai faktor yang mempengaruhi niat*. Jurnal Psikologi Kepribadian dan Sosial, 21, 1-9.

Davis, F. (1989) *Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Penerimaan Pengguna Terhadap Teknologi Informasi*. MIS Quarterly, 13, 319-340.

Denzin N. dan Lincoln Y. (Eds.) (2000). *Buku Pegangan Penelitian Kualitatif*. London: Sage Publication Inc

E. E. K. Ghani dan N. A. Khalil, "*Niat Adopsi Layanan E-Wallet di Kalangan Usaha Kecil Menengah di Industri Ritel: Sebuah Aplikasi dari Teori Difusi Inovasi*," *Univ. y Soc.*, vol. 13, no. 5, pp. 53-64, 2021.

Lemieux, Victoria Louise. *-Teknologi Blockchain untuk Pencatatan Bantuan atau Hype? Teknologi Blockchain untuk Pencatatan.* Vol. 1. Vancouver, 2018.

Rogers, Everett M. 1983. *Difusi Inovasi (Diffusion Of Innovations)*. Edisi Ketiga, New York : The Free Press. hal : 11.

W. Rehman, H. e. Zainab, J. Imran dan N. Z. Bawany, "NFT: Aplikasi dan Tantangan," *2021 Konferensi Arab Internasional ke-22 tentang Teknologi Informasi (ACIT)*, Muscat, Oman, 2021, hal. 1-7, doi: 10.1109/ACIT53391.2021.9677260.

Noor Usman, Muhammad. NFT (Non-Fungible Token): Masa Depan Arsip Digital? Atau Hanya Sekedar Bubble? *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan*. Volume 13.No. 2. Desember 2021.

Internet:

Mengenal Apa Itu Metaverse dan Bagaimana Cara Kerjanya .
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211216163806-37-299867/mengenal-apa-itu-metaverse-dan-bagaimana-cara-kerjanya>. TECH - Tim, CNBC Indonesia. 17 Desember 2021 14:45