

# Mengeksplorasi Legitimasi atau Adopsi NFT (*Non-Fungible Token*) pada Pelaku Ekonomi di Indonesia dengan Menggunakan Metode ZMET (*Zaltman Metaphor Elicitation Technique*)

Ari Okta Viyani<sup>a\*</sup>, Wahyu Adi Mudiparwanto<sup>b</sup>, Syah Ammar Brawijaya Siraj<sup>c</sup>

<sup>a\*</sup> Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Indonesia. [ariokta902@gmail.com](mailto:ariokta902@gmail.com)

<sup>b</sup> Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Indonesia. [wahyuaddie@gmail.com](mailto:wahyuaddie@gmail.com)

<sup>c</sup> Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Indonesia. [syahammar811@gmail.com](mailto:syahammar811@gmail.com)

Article History	Submitted	Revised	Accepted
	2023-10-13	2023-11-24	2023-12-01

## Abstract

*Non-fungible token (NFT) is a new type of blockchain-based token that is unique and cannot be divided. The existence of NFT technology provides benefits for the realization of a digital economy in the future. However, not much research has been done on this technology. Apart from that, the adoption and level of legitimacy of NFT technology for economic actors in Indonesia is also still very limited. Therefore, the role of adoption and legitimacy for economic actors in Indonesia needs to be increased, considering the many benefits of this technology for the realization of a digital economy in the future. To be able to increase the level of adoption and legitimacy for economic actors in Indonesia, the first thing that needs to be done is to know the basic reasons someone wants to accept (legitimize) and then use (adopt) the technology. If the basic reasons are known, the government can implement policies that are able to encourage higher technology adoption. This research uses the ZMET (Zaltman Metaphor Elicitation Technique) technique. This method is able to reveal a person's subconscious thoughts, which are sometimes hidden during interviews.*

**Keywords:** *NFT, Non-Fungible Tokens, Legitimacy, ZMET, Zaltman Metaphor Elicitation Technique*

## Abstrak

*Non-Fungible Token (NFT) merupakan sebuah token jenis baru dari token berbasis blockchain yang unik dan tidak dapat dibagi. Keberadaan teknologi NFT memberikan manfaat akan terwujudnya ekonomi digital di masa depan. Namun, penelitian mengenai teknologi ini belum banyak*



dilakukan. Selain itu adopsi dan tingkat legitimasi pada teknologi NFT bagi para pelaku ekonomi di Indonesia yang juga masih sangat terbatas. Oleh karena itu, peran adopsi dan legitimasi bagi para pelaku ekonomi di Indonesia perlu ditingkatkan, mengingat manfaat teknologi ini yang cukup banyak bagi terwujudnya ekonomi digital di masa depan. Untuk mampu meningkatkan tingkat adopsi dan legitimasi bagi para pelaku ekonomi di Indonesia, pertama-tama hal yang perlu dilakukan adalah mengetahui alasan dasar seseorang mau menerima (melegitimasi) kemudian menggunakan (mengadopsi) teknologi tersebut. Apabila alasan mendasar tersebut telah diketahui, pemerintah dapat menerapkan kebijakan yang mampu mendorong terciptanya adopsi teknologi yang lebih tinggi. Penelitian ini menggunakan teknik ZMET (*Zaltman Metaphor Elicitation Technique*). Metode ini mampu mengungkap pikiran bawah sadar seseorang yang terkadang disembunyikan pada saat wawancara.

**Kata Kunci:** NFT, Non-Fungible Token, Legitimasi, ZMET, Zaltman Metaphor Elicitation Technique

## PENDAHULUAN

*Non-Fungible Token* (NFT) merupakan sebuah token jenis baru dari token berbasis *blockchain* yang unik dan tidak dapat dibagi (Regner, Schweizer, & Urbach, 2019). Keberadaan teknologi NFT memberikan manfaat akan terwujudnya ekonomi digital di masa depan. Dimasa yang akan datang perkembangan sosial ruang, batas antara realitas aktual dan virtual, antara individu yang hidup dan tubuh virtual, dan antara domain pribadi dan publik akan menjadi semakin kabur (Schultze & Mason, 2012). NFT menjadi salah satu teknologi yang mampu mendukung perkembangan dunia digital dimasa depan. Teknologi NFT mampu mengubah pasar karya seni menjadi pasar seni yang lebih maju lagi (Trautman, 2021). Selain itu teknologi ini juga mampu dimanfaatkan sebagai sebuah sertifikat digital (dimana karakteristiknya unik dan tidak dapat tergantikan). Sifat teknologi NFT yang unik dan tidak dapat digantikan mampu dimanfaatkan sebagai pengganti tiket digital, kepemilikan club member, hak paten, hak cipta, digital investment, dsb (Dowling, 2021; Regner et al., 2019).

NFT ditemukan pertama kali sejak tahun 2013 (Chen, 2018), namun popularitas NFT baru terkenal pada tahun 2018 di Jerman dan Amerika Serikat. Selanjutnya, terkenal di Irlandia dan Perancis pada awal tahun 2021. Sedangkan di Indonesia sendiri, NFT baru saja dirilis pada bulan Juli 2021 oleh Binance (kontan.co.id, 2021).

Masih barunya teknologi NFT di Indonesia, mengakibatkan perlu banyaknya literasi mengenai hal ini. Riset mengenai hal ini masih cukup terbatas dan perlu banyak untuk dilakukan. Selain hal tersebut, urgensi penelitian ini adalah, adopsi dan legitimasi akan teknologi ini yang belum banyak dilakukan bagi para pelaku ekonomi di Indonesia dalam menunjang kegiatan ekonomi yang lebih efektif dan efisien. Menurut Ketua Umum Asosiasi Pedagang Aset Kripto Indonesia (Aspakrindo) Teguh Kurniawan Harmanda (2022) hal ini disebabkan karena rendahnya literasi mengenai hal ini. Pakar Budaya dan Komunikasi Digital Universitas Indonesia Firman Kurniawan (2022) juga menyebutkan bahwa rendahnya tingkat adopsi teknologi ini juga

disebabkan karena faktor keamanan, legalitas, dan aturan yang melindungi pengguna yang belum begitu jelas dan siap.

Penelitian ini juga sesuai dengan *Sustainable mobility* dan Ekonomi, dimana berbasiskan pada mobilitas orang, nilai, dan barang serta implikasinya pada transformasi nilai budaya dan perilaku konsumtif dalam era global yang terus berubah. Hal ini karena, masuknya teknologi baru NFT, mampu membuat perubahan pada tatanan ekonomi dan sosial. Masuknya teknologi NFT mampu mewujudkan ekonomi digital di masa depan. Selain itu, penelitian ini juga sesuai dengan sub bidang fokus prodi, yaitu pada bidang ekonomi yang berbasiskan pada teknologi informasi dan kewirausahaan. Oleh karena itu, diharapkan, penelitian ini mampu mewujudkan visi misi penelitian universitas dan prodi yang mampu beradaptasi pada teknologi baru yang sedang muncul untuk para pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat.

## TINJAUAN PUSTAKA

Legitimasi merupakan sebuah persepsi atau asumsi umum bahwa tindakan suatu entitas diinginkan, pantas, atau sesuai dalam beberapa sistem norma, nilai, keyakinan, dan definisi yang dibangun secara sosial (Suchman, 1995). Ada berbagai macam preferensi orang menerima NFT, yaitu NFT sebagai karya seni digital, instrument dalam berinvestasi, sertifikat hak cipta, teknologi unik yang mampu digunakan untuk perkembangan suatu bisnis, dsb. Menurut Suchman, (1995) terdapat 3 macam pandangan mengapa seseorang menerima sebuah entitas, (a) karena nilai moral yang dimilikinya, (b) karena nilai kognitif yang didupakannya, (c) menerimanya karena tujuan entitas sesuai dengan tujuan yang ingin dicapainya/ secara pragmatis.

Legitimasi secara pragmatis merupakan legitimasi dimana para pemangku kepentingan menganggap kepentingan individu mereka terpenuhi. Organisasi memperoleh legitimasi pragmatis ketika pemangku kepentingan mencapai tujuan mereka melalui organisasi. Misalnya, ketika tujuan pemegang saham adalah untuk meningkatkan nilai saham dan hal ini terjadi dalam organisasi atau organisasi dapat memenuhi hal ini, maka dapat dikatakan bahwa organisasi tersebut diterima. Ketika pelanggan menginginkan produk dengan kualitas yang lebih baik dan perusahaan menawarkannya kepada mereka. Ketika masyarakat ingin mengurangi polusi yang disebabkan perusahaan dan hal ini dipenuhi oleh perusahaan, maka dapat dikatakan bahwa organisasi ini dapat diterima atau diakui (Diez-Martin, Blanco-Gonzalez, & Prado-Roman, 2019).

Legitimasi moral adalah legitimasi yang mengacu pada penilaian moral mengenai tindakan organisasi. Legitimasi moral berbeda dengan legitimasi pragmatis. Legitimasi pragmatis tujuannya adalah untuk mencapai hasil, sedangkan legitimasi moral lebih difokuskan pada metode untuk mencapai hasil tersebut. Legitimasi moral muncul ketika individu menganggap bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu organisasi adalah "hal yang benar untuk dilakukan" (Suchman, 1995). Legitimasi moral biasanya dipelajari dengan menilai apakah prosedur, teknik, atau struktur organisasi yang digunakan untuk mencapai hasil adalah yang paling tepat dalam arti moral. Praktik moral organisasi dimotivasi oleh nilai-nilai manajer, nilai-nilai organisasi itu sendiri, atau bahkan oleh kepentingan strategisnya (Diez-Martin et al., 2019).

Legitimasi kognitif adalah legitimasi yang didasarkan pada pengetahuan, bukan pada hasil atau tindakan yang dibutuhkan untuk mencapainya. Secara khusus, legitimasi kognitif muncul dari pengetahuan yang dimiliki evaluator tentang organisasi. Sebuah organisasi mencapai jenis legitimasi kognitif ketika evaluator merasa bahwa organisasi tersebut dapat dipahami. Ketika mereka memahami bagaimana organisasi beroperasi. Cara lain untuk mendapatkan legitimasi kognitif adalah ketika evaluator berasumsi bahwa tidak terpikirkan untuk melakukan sesuatu dengan cara lain (misalnya opsi untuk membayar dengan kartu kredit). Legitimasi kognitif tingkat terbesar dicapai ketika produk, proses, atau layanan baru dianggap sudah mapan. Legitimasi kognitif juga dimungkinkan dapat dicapai dengan memperoleh rekomendasi dari organisasi yang sah, dengan mengadopsi perilaku yang mirip dengan para pemimpin di sektor tersebut atau bahkan dengan menggunakan alat komunikasi seperti mendongeng, dsb (Diez-Martin et al., 2019).

NFT merupakan sebuah token jenis baru dari token berbasis blockchain yang unik dan tidak dapat dibagi (Regner et al., 2019). NFT dapat dikatakan juga sebagai sebuah hak/sertifikat digital yang dapat dialihkan dalam aset digital seperti, item dalam permainan, lukisan, barang koleksi, musik, dsb. (Ante, 2021). NFT dapat berupa semua jenis aset digital dalam dunia virtual. NFT dimulai dengan mendaftarkan kepemilikan aset digital di *blockchain*. Selanjutnya, aset digital ini dapat dijual dengan perubahan kepemilikan dan pembayaran *cryptocurrency* (Dowling, 2021).

NFT memiliki beberapa karakteristik yang sangat berbeda dengan mata uang kripto. Mata uang kripto/ *cryptocurrency* dimaksudkan terutama sebagai mata uang, namun NFT di sisi lain dimaksudkan sebagai aset murni. Perbedaan NFT dengan *cryptocurrency* adalah pada poin fungible dan non-fungible. *Cryptocurrency* merupakan aset yang fungible, yaitu dapat ditukarkan, karena satu bitcoin sama dengan satu bitcoin yang lain. Namun, NFT merupakan aset *non-fungible*, yaitu tidak bisa dipertukarkan, karena satu NFT berbeda dengan NFT lain, masing-masing NFT memiliki nilai keunikan masing-masing dan berbeda, sehingga tidak dapat saling dipertukarkan (Dowling, 2021).

NFT mampu memberikan kemudahan bagi pembuat konten untuk membuktikan keberadaan dan kepemilikan aset digital berupa video, gambar, seni, tiket acara, dll. Selanjutnya, pencipta NFT juga dapat memperoleh royalti setiap kali perdagangan sukses di pasar NFT atau dengan pertukaran *peer-to-peer*. NFT memiliki nilai tradabilitas yang penuh dengan sejarah, likuiditas yang dalam, dan interoperabilitas yang nyaman, memungkinkan NFT menjadi solusi terhadap perlindungan kekayaan intelektual (IP) yang menjanjikan (Wang, Li, Wang, & Chen, 2021).

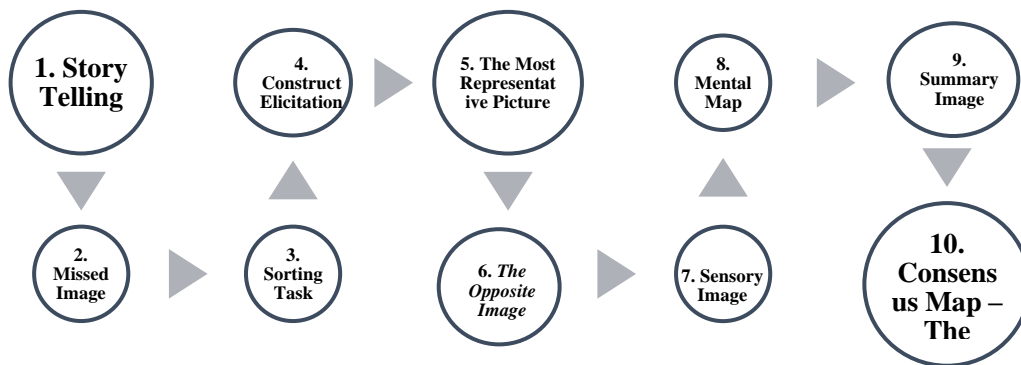
NFT memiliki beberapa komponen teknis berupa, *blockchain*, *smart contract*, alamat dan transaksi, dan pengkodean data (Wang et al., 2021). *Blockchain* merupakan sebuah database terdistribusi dan terlampir yang menyimpan daftar catatan data yang ditautkan dan dilindungi menggunakan protokol kriptografi. *Smart contract* sendiri merupakan kontrak pintar yang memungkinkan pihak yang tidak dikenal dan peserta yang terdesentralisasi untuk melakukan pertukaran yang adil tanpa pihak ketiga tepercaya. Alamat dan transaksi berguna untuk pengidentifikasi unik bagi pengguna untuk mengirim dan menerima aset. Hal ini mirip dengan rekening di bank. Sedangkan pengkodean data sendiri merupakan proses pengubahan data dari satu bentuk ke

bentuk lainnya. Hal diatas merupakan komponen teknis yang harus ada dalam transaksi jual beli NFT (Wang et al., 2021).

Dengan demikian, untuk mampu mengeksplorasi adopsi terhadap teknologi ini pada para pelaku ekonomi di Indonesia, maka perlu analisis mendalam dengan menggunakan meta analisis. Salah satu metode yang dapat dilakukan adalah dengan menggunakan ZMET (*Zaltman Metaphor Elicitation Technique*). Menurut (Puspasari, 2021) ZMET adalah teknik yang memunculkan pikiran sadar dan terutama pikiran bawah sadar dengan menjelajahi pikiran peserta ekspresi non-literal atau metaforis.

## METODE

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan metode ZMET (*Zaltman Metaphor Elicitation Technique*). Hal ini karena, ZMET dapat mengungkap fikiran bawah sadar partisipan yang terkadang partisipan sembunyikan saat wawancara. Dengan demikian, diharapkan hal ini mampu mengeksplorasi adopsi NFT pada para pelaku ekonomi di Indonesia. Menurut (Puspasari, 2021) ZMET adalah teknik yang memunculkan pikiran sadar dan terutama pikiran bawah sadar dengan menjelajahi pikiran peserta ekspresi non-literal atau metaforis. Dr Gerald Zaltman pertama kali mengembangkan ZMET dari Harvard Business School pada awal 1990-an. ZMET akan mengungkapkan model mental dan akan menghasilkan peta konsensus. Terdapat sepuluh langkah yang harus diselesaikan pada ZMET, adapun langkah-langkah tersebut :



**Gambar 1.** Langkah - Langkah ZMET

Mengenai sampel partisipan yang akan dimintai kontribusi dalam proses wawancara adalah pelaku ekonomi yang telah menggunakan teknologi NFT, baik untuk berjualan karya seni, investasi, atau dalam rangka pengembangan bisnisnya. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam artikel ini adalah *purposive sampling*. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan teknik *laddering*. Sebelum melakukan proses wawancara partisipan diminta untuk mengirimkan gambar-gambar yang mengasosiasikan topik penelitian, yaitu "Legitimasi/ adopsi NFT". Partisipan diminta memberikan gambar sekitar 8-14 gambar. Partisipan diminta berpikir dan menggunakan perasaannya dalam memilih gambar-gambar tersebut. Setelah

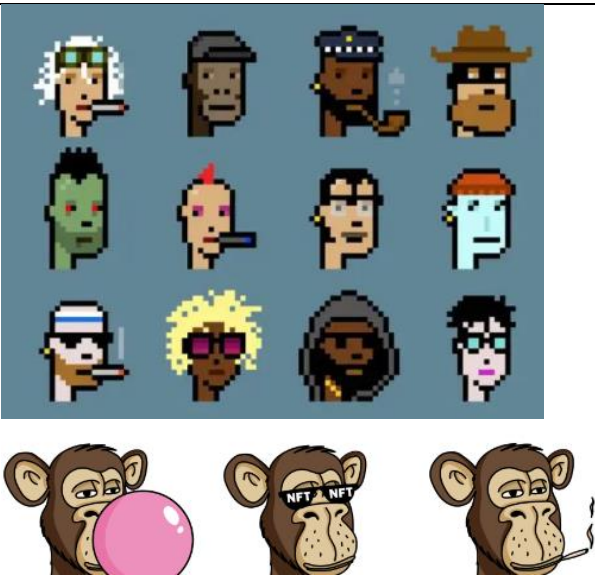
partisipan mengirimkan sebanyak 8-14 gambar, proses selanjutnya adalah proses wawancara yang dilakukan via *zoom meeting*/ telfon.

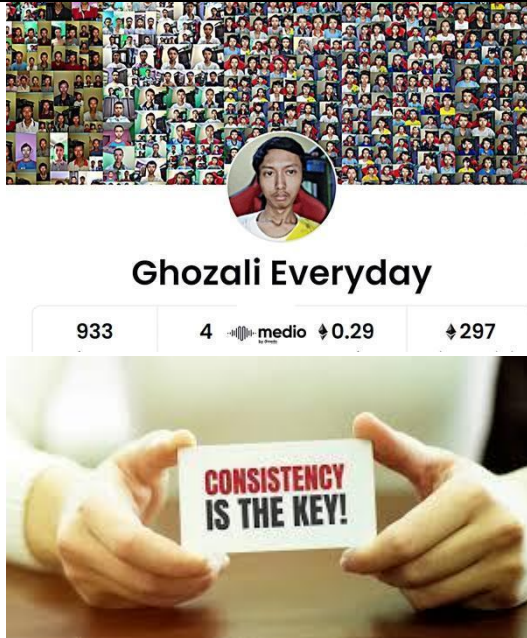
## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Langkah Pertama: *Story Telling*

Pada langkah pertama ZMET hal yang dilakukan adalah proses story telling. Dalam proses ini, partisipan diminta untuk menjelaskan masing-masing gambar yang mereka berikan. Dari cerita yang diungkapkan oleh partisipan, peneliti menuliskan kata-kata kunci yang muncul dan penting. Peneliti juga menggali secara mendalam pemikiran dan perasaan yang terselubung atau di luar kesadaran partisipan. Adapun inti dari gambar-gambar yang diberikan oleh partisipan kami adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.** *Story Telling*

No	Gambar	Pernyataan
1.		Beberapa responden menyampaikan bahwa “Gambar pixel, Simple dapat bernilai dalam NFT”, Konsistensi juga menjadi salah satu hal mengapa suatu NFT dapat diterima, konsistensi menggambar merupakan cara yang mudah, hanya dengan menambahkan atribut atau mengganti atribut dapat menjadi suatu karya baru.



2.



Responden juga menyampaikan bahwa ingin mendapatkan uang melalui karya yang mereka jual dalam platform NFT.

3.



Seorang artis atau ikut andilnya warga Indonesia dalam kesuksesan NFT juga menjadi salah satu alasan responden dapat menerima NFT.

Responden juga menyampaikan bahwa ia ingin terjun kedalam lingkup internasional.



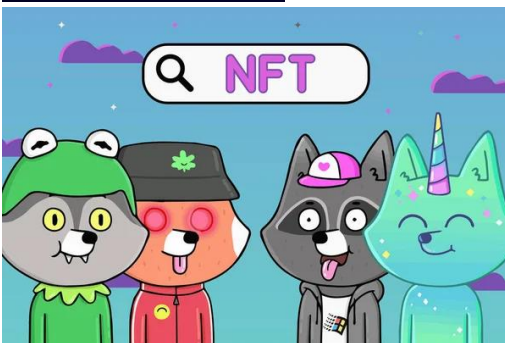
3.



Ketertarikan akan seni dan hobi juga menjadi alasan suatu NFT dapat diterima oleh responden

“saya suka gambar yang menawan, saya juga pernah membeli NFT seharga 1,2 juta karena saya suka”

“saya membuat NFT karena ingin menyalurkan hobi”



4.



Responden juga menyampaikan akan ketidaksukaannya orang-orang yang terjun kedalam NFT hanya karena ikut-ikutan, atau bahkan membuat NFT yang menyalahi aturan hukum.

Sumber: Gambar diperoleh melalui kiriman responden saat interview

**Langkah Kedua: Missed Image**

Pada langkah kedua yaitu *Missed Image*, semua peserta menyatakan bahwa tidak ada gambar yang tidak dapat mereka temukan untuk menggambarkan persepsi mereka.

**Langkah Ketiga: Sorting Task**

Pada langkah ketiga, yaitu *Sorting Task*, peserta diminta untuk mengelompokkan gambar yang mereka pilih dianggap serupa dalam kategori. Pada tahap ini, peserta diminta untuk memberi nama setiap kelompok gambar. Beberapa nama pengelompokan yang kami dapat yaitu:

Tabel 2. Table hasil pengelompokan *sorting task*

Simple Namun Memiliki Nilai Jual	Hasil Penjualan	Rencana Kedepan
Booming	Konsistensi	Menghasilkan uang
Fomo	Pengungkapan jati diri	Seni estetika
Hal yang tidak terfikirkan	Hal yang tidak seharusnya dilakukan	

Sumber: Hasil Langkah ketiga : *sorting task*

**Langkah Keempat: Construct Elicitation**

Pada langkah keempat, Constuct Elicitation, peneliti melakukan proses laddering untuk mendapatkan pemahaman dari abstraksi yang dibangun oleh partisipan. Berdasarkan pengelompokan gambar, responden mulai menyampaikan lebih lanjut pernyataan mereka dari nama pengelompokan, sehingga kami dapat memberikan pemahaman lebih mendalam berupa :

**Tabel 3.** Hasil Pemahaman dari abstraksi oleh partisipan

<b>Mudah dan Bermanfaat</b>	<b>Finansial</b>	<b>Kepercayaan</b>
Ketidakpastian pasar	Ekspresif	Kepuasan
Unik	Pelanggaran Hukum	Nilai Ekonomi
Visi	Motivasi	Konsistensi
Keterpengaruh	Fomo	

Sumber: Hasil Langkah keempat : *construct elicitation*

#### **Langkah Kelima: *The Most Representative Picture***

Pada langkah ke lima, *The Most Representative Picture*, para partisipan diminta untuk menemukan dan mendeskripsikan gambar yang dinilai paling mewakili keyakinan dan perasaannya tentang penerimaan NFT.

Beberapa gambar yang mewakili keyakinan partisipan berupa gambar pixel yang simple namun bernilai, gambar yang unik dan memiliki seni untuk kepuasan, gambar uang yang mempresentasikan keinginan untuk mendapatkan keuntungan melalui NFT.

#### **Langkah Keenam: *The Opposite Image***

Pada langkah ke enam, *The Opposite Image*, dimana partisipan diminta untuk mendeskripsikan gambar yang akan mereka cari apabila mereka diminta untuk menunjukkan gambar yang dinilai menjelaskan tentang situasi yang berbanding terbalik dengan topik saat ini. Hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut.

Partisipan condong untuk menghimbau agar NFT dapat digunakan untuk platform jual beli serta pengungkapan hasil karya seni dan bukan untuk mendapatkan keuntungan melalui hal yang melanggar hukum seperti mengunggah foto KTP pada platform NFT.

#### **Langkah Ketujuh: *Sensory Image***

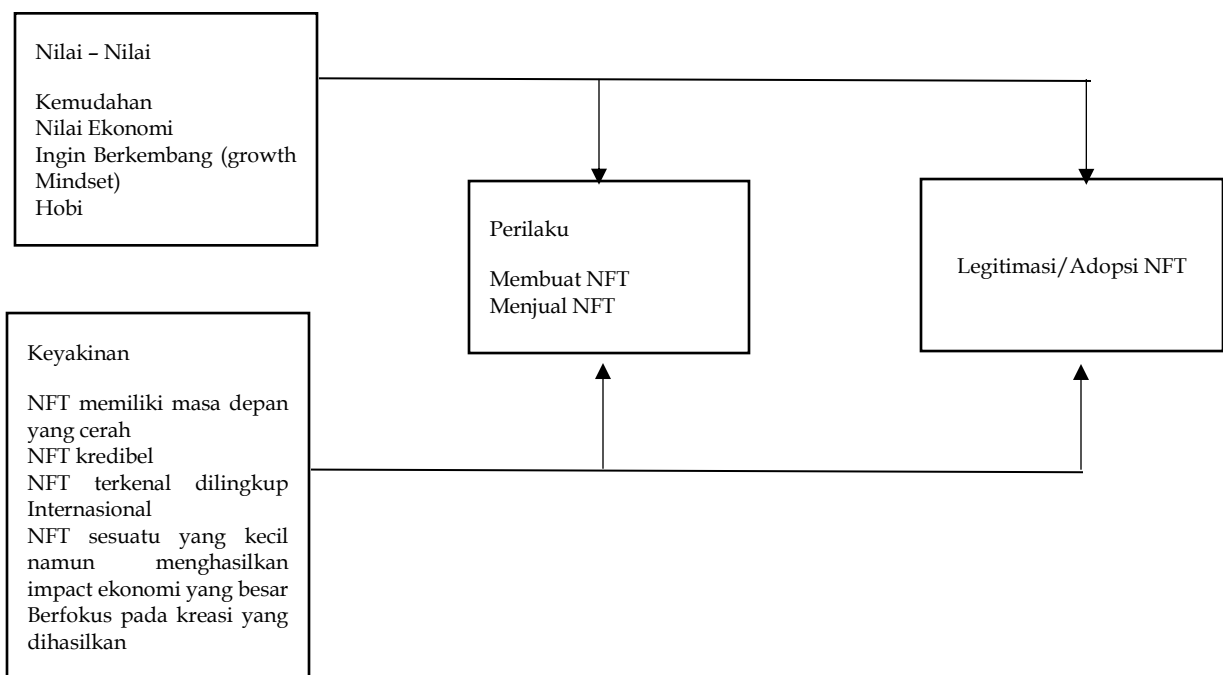
Pada langkah ketujuh, *Sensory Image*, partisipan diminta untuk mengaitkan legitimasi NFT dengan fungsi panca indera berupa indera penglihatan, pendengaran, penciuman, indera perasa. Penjelasan dari masing-masing responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.** Penjelasan responden dengan *sensory image*

No	Sensory Image	Penjelasan
1.	Penglihatan	Hitam dengan alasan warna kesukaan yang menggambarkan NFT merupakan suatu hal yang ia suka sebagai platform untuk mengembangkan diri sebagai creator. Putih dengan alasan pembelian yang beresiko. Dan biru sebagai warna yang dominan dipilih dengan alasan ingin dikenal lebih luas
2.	Pendengaran	Hening dengan alasan NFT yang kini kian hilang Keras dengan alasan boomingnya NFT pada masanya Orchestra dengan alasan kompleksnya system yang ada pada NFT Samar - samar sebagai penggambaran keuntungan yang tidak pasti
3.	Penciuman	Harum dengan alasan penggambaran keuntungan yang didapat Serta Apek dengan alasan persaingan NFT dengan banyaknya creator.
4.	Perasa	Tidak ada rasa dengan alasan sulitnya terjual suatu karya Sakit dengan alasan pengalaman pembelian Samar-samar karena kebingungan akan alasan terjun kedalam NFT.

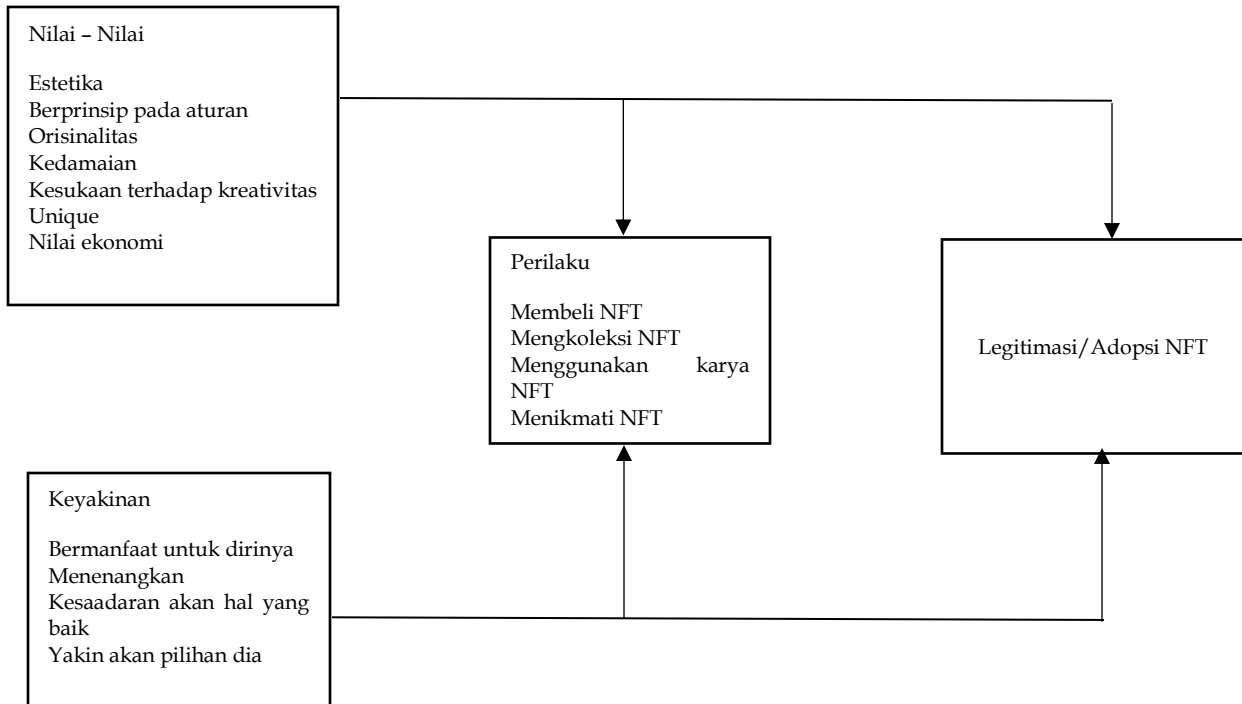
Sumber: Penjelasan responden langsung saat interview

**Langkah Kedelapan: Mental Map**

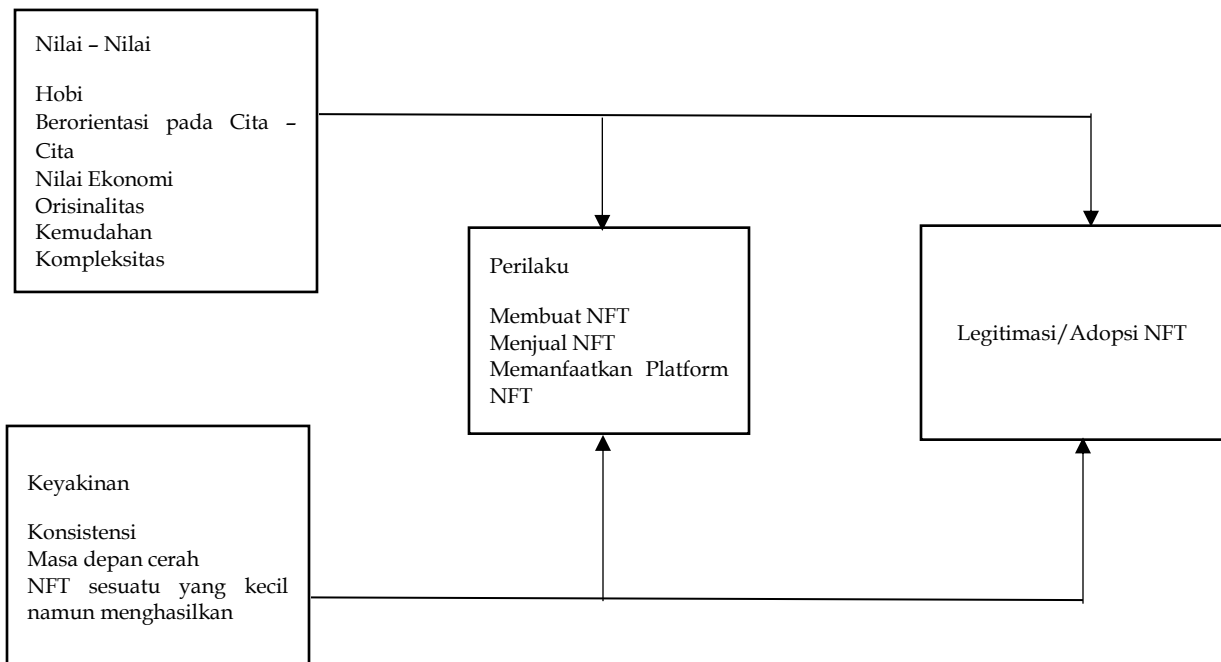


**Gambar 2.** Mental Map

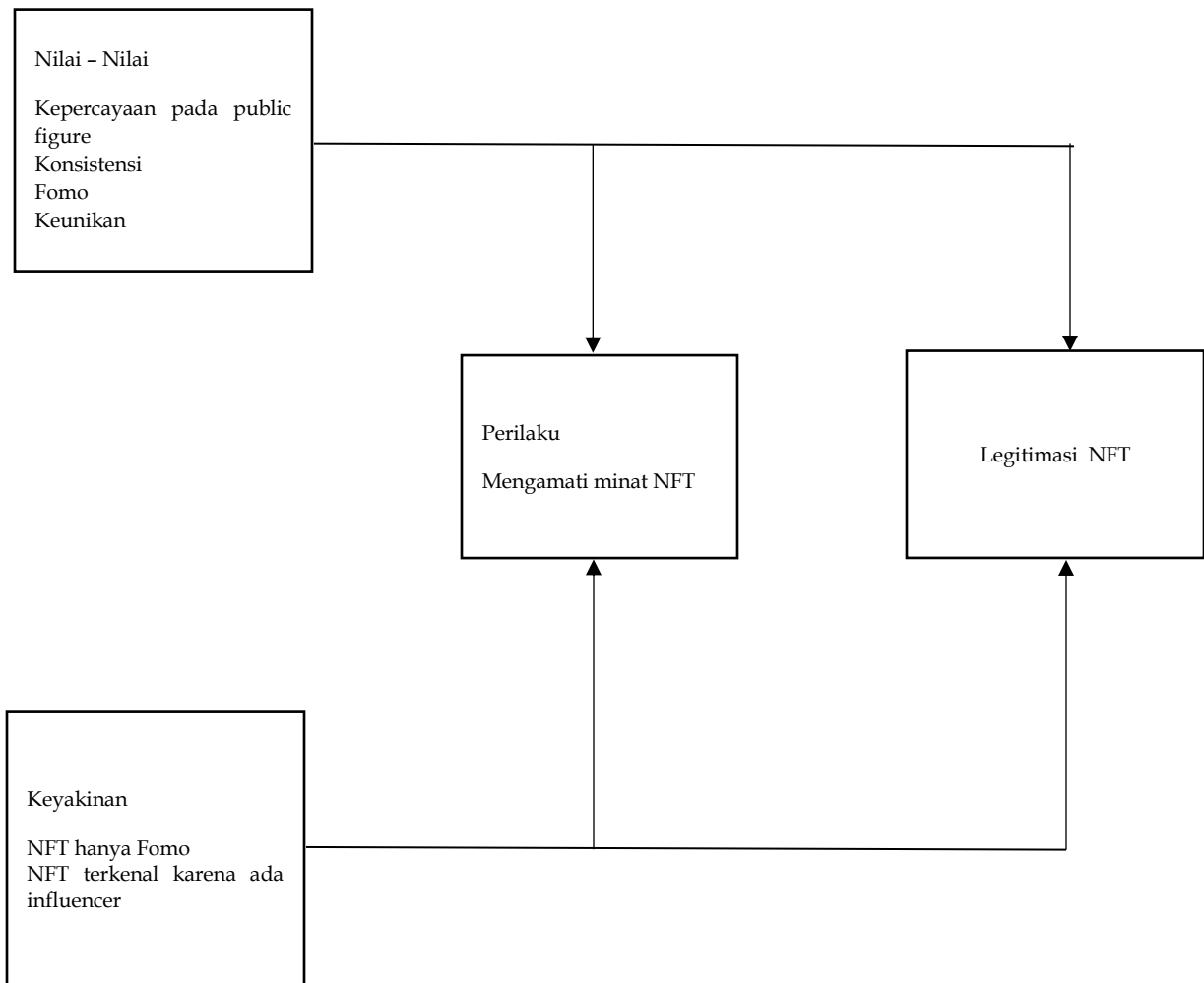
Langkah kedelapan adalah penyusunan mental map dari masing-masing partisipan. Peneliti bersama partisipan menuliskan konstruk-konstruk yang muncul selama proses wawancara. Partisipan juga dapat menambahkan konstruk-konstruk lain yang dirasa diperlukan.



**Gambar 3.** *Mental Map*



**Gambar 4.** *Mental map*



Gambar 5. Mental Map

Langkah Kesembilan: Summary Image

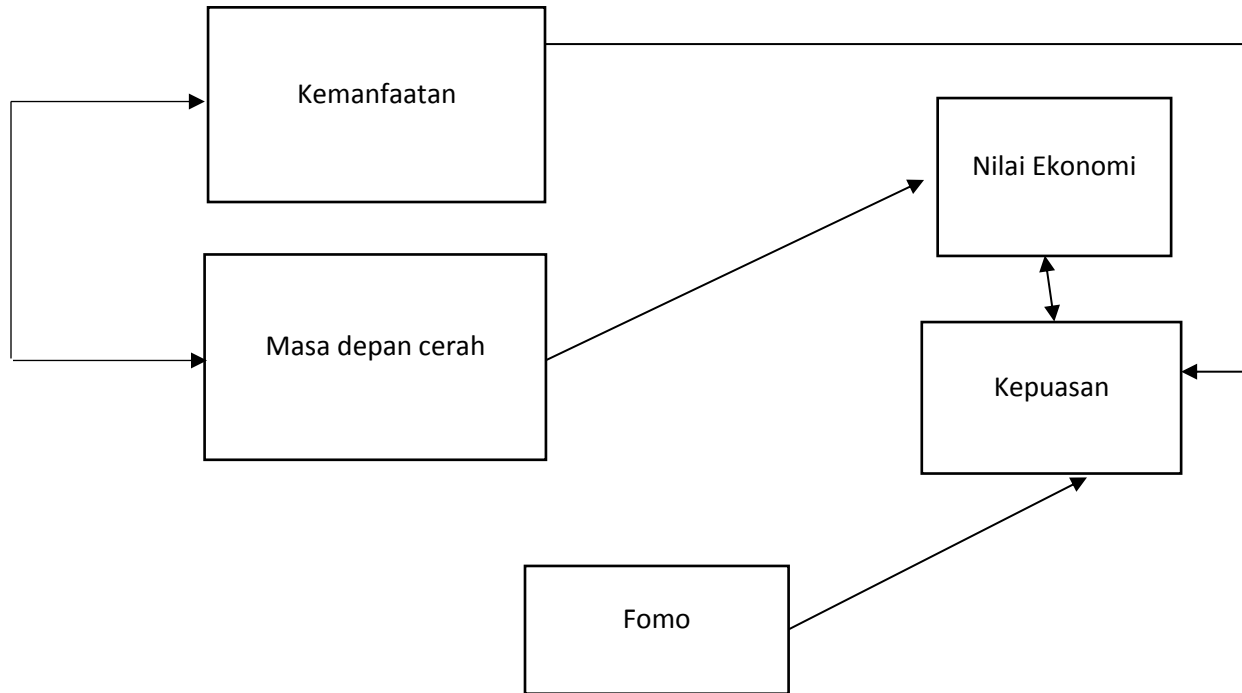
Menggunakan gambar-gambar yang telah dibawa, partisipan diminta untuk membangun sebuah collage (rangkuman gambar) dan menceritakan hubungan antar gambar dan mengaitkan dengan rerangka berpikir yang terbentuk di tahap sebelumnya. Proses ini sangat membantu peneliti dalam membangun peta konsensus pada tahapan analisis. Hasil Summary Image setiap partisipan adalah sebagai berikut :

Tabel 5. Hasil Summary Image

Kemanfaatan	Kepuasan	Masa depan cerah	Fomo
Nilai Ekonomi	Seni	Nilai Ekonomi	Nilai Ekonomi
Kepercayaan		Kemanfaatan	

Sumber: Hasil Langkah kesembilan : Summary Image

**Langkah Kesepuluh: *Consensus Map***



**Gambar 6.** *Consensus Map*

**KESIMPULAN**

*Non-Fungible Token* (NFT) merupakan sebuah token jenis baru dari token berbasis *blockchain* yang unik dan tidak dapat dibagi. Keberadaan teknologi NFT memberikan manfaat akan terwujudnya ekonomi digital di masa depan. Dimasa yang akan datang, perkembangan sosial ruang, batas antara realitas aktual dan virtual, antara individu yang hidup dan tubuh virtual, serta antara domain pribadi dan publik akan menjadi semakin kabur. NFT menjadi salah satu teknologi yang mampu mendukung perkembangan dunia digital dimasa depan. Namun, penelitian mengenai teknologi ini belum banyak dilakukan. Selain itu adopsi dan tingkat legitimasi pada teknologi NFT bagi para pelaku ekonomi di Indonesia yang juga masih sangat terbatas. Oleh karena itu, peran adopsi dan legitimasi bagi para pelaku ekonomi di Indonesia perlu ditingkatkan, mengingat manfaat teknologi ini yang cukup banyak bagi terwujudnya ekonomi digital di masa depan.

Untuk mampu meningkatkan tingkat adopsi dan legitimasi bagi para pelaku ekonomi di Indonesia, pertama-tama hal yang perlu dilakukan adalah mengetahui alasan dasar seseorang mau menerima (melegitimasi) kemudian menggunakan (mengadopsi) teknologi tersebut. Apabila alasan mendasar tersebut telah diketahui, pemerintah dapat menerapkan kebijakan yang mampu mendorong terciptanya adopsi teknologi yang lebih tinggi.

Untuk mampu mengeksplorasi alasan seseorang menggunakan kemudian mengadopsi teknologi ini, hal ini dapat dilakukan adalah dengan menggunakan metode ZMET (*Zaltman Metaphor Elicitation Technique*). Metode ini mampu mengungkap pikiran bawah sadar seseorang yang terkadang disembunyikan pada saat wawancara. Metode ini juga mampu memberikan analisis secara *meta/* mendalam terhadap suatu hal yang ingin di eksplorasi. Metode ZMET memiliki 10 tahapan yang perlu dilakukan, yaitu *story telling, missed image, sorting task, construct elicitation, the most representative picture, the opposite image, sensory image, mental map, summary image, consensus map – the process*.

Dari hasil analisis data, dapat ditarik kesimpulan bahwa, alasan-alasan seseorang menggunakan NFT adalah karena kebermanfaatan NFT, persepsi masa depan cerah pada NFT, FOMO, dan ada juga karena nilai ekonomi yang dihasilkan, serta hobi dan kepuasan pada sebuah karya seni NFT. NFT dianggap mampu memberikan kebermanfaatan akan teknologi yang diberikan, baik dalam penjualan karya seni yang menjadi semakin mudah, serta fitur *non-fungible* yang diberikan. NFT juga memudahkan bagi para kreator digital untuk mempublikasikan karya seninya. Selain itu, NFT mampu memberikan hasil ekonomi bagi penggunanya dan menjadi salah satu komoditas bagi para investor yang suka dengan resiko tinggi.

Kemunculan NFT yang sangat terkenal di Indonesia salah satunya dipicu karena efek FOMO (*fear of missing out*). Hal ini karena adanya peran *public figure* yang ikut andil didalamnya. Fenomena FOMO ini juga dipicu karena alasan ekonomi. Selain hal diatas, ketertarikan terhadap karya seni dan juga hobi merupakan hal mendasar lainnya yang mengakibatkan seseorang melegitimasi NFT.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chen, Y. (2018). Blockchain tokens and the potential democratization of entrepreneurship and innovation. *Business Horizons*, 61(4), 567–575. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.03.006>
- Diez-Martin, F., Blanco-Gonzalez, A., & Prado-Roman, C. (2019). Factors Affecting Individual Decisions Based on Business Legitimacy. *Journal of Promotion Management*, 25(2), 181–199. <https://doi.org/10.1080/10496491.2018.1443308>
- DiFonzo, N., & Bordia, P. (1998). Reproduced with permission of the copyright owner . Further reproduction prohibited without. *Journal of Allergy and Clinical Immunology*, 130(2), 556.
- Dowling, M. M. (2021). Is non-fungible token pricing driven by cryptocurrencies? *SSRN Electronic Journal*, 1–13. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3815093>
- Horky, F., Rachel, C., & Fidrmuc, J. (2022). Price Dynamics of Non-Fungible Tokens: The Case of the Digital Arts Market. *SSRN Electronic Journal*, (20), 1–9. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4080372>
- kontan.co.id. (2021). Wah, ada Luna Maya saat Binance meluncurkan marketplace NFT. Retrieved November 27, 2023, from <https://investasi.kontan.co.id/news/wah-ada-luna-maya-saat-binance-meluncurkan-marketplace-nft>
- Puspasari, N., Herwiyanti, E., & Pinasti, M. (2021). Barking Up the Wrong Tree: SMEs' Perception

- of Tax using the ZMET Method. *Journal of Economics and Business*, 4(1), 147–156.  
<https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.01.327>
- Regner, F., Schweizer, A., & Urbach, N. (2019). NFTs in practice - Non-fungible tokens as core component of a blockchain-based event ticketing application. *40th International Conference on Information Systems, ICIS 2019*, (December).
- Schultze, U., & Mason, R. O. (2012). Studying cyborgs: Re-examining internet studies as human subjects research. *Journal of Information Technology*, 27(4), 301–312.  
<https://doi.org/10.1057/jit.2012.30>
- Trautman, L. J. (2021). Virtual Art and Non-fungible Tokens. *SSRN Electronic Journal*, 361–426.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3814087>
- Wang, Q., Li, R., Wang, Q., & Chen, S. (2021). *Non-Fungible Token (NFT): Overview, Evaluation, Opportunities and Challenges*.