

## Interplay Antara Habitus Dan Meme Budaya Agen Pada Swafoto Digital "Ghozali Everyday" Di NFT

A. Yuda Triantanto<sup>1</sup>, Tuty Mutiah<sup>2</sup>, Adhi Dharma Suriyanto<sup>3</sup>, Arvin Hardian<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Bina Sarana Informatika

Jakarta, Indonesia

Email: [1iuzyyudo@gmail.com](mailto:1iuzyyudo@gmail.com), [2tuty.ttt@bsi.ac.id](mailto:2tuty.ttt@bsi.ac.id), [3adhi.ais@ac.id](mailto:3adhi.ais@ac.id), [4arvin.ahr@bsi.ac.id](mailto:4arvin.ahr@bsi.ac.id)

### ABSTRAKSI

Bermula ketika Ghozali mengumpulkan swafoto digital wajahnya secara serial marketplace Open Sea NFT dan kemudian menjadi viral pada awal tahun 2022. Akibatnya, peniruan bukanlah suatu karya kreatif, unik, dan historis, menjadi persyaratan di NFT. Tujuan penelitian tentang hubungan saling memengaruhi antara praktik peniruan dan transaksional terhadap para pengguna NFT pada swafoto "Ghozali Everyday" yang dikonsepsikan sebagai *interplay* antara *habitus* dan *meme budaya* terhadap *Agen* (pengguna NFT) pada swafoto digital *Ghozali Everyday* di marketplace, Open Sea, NFT. Pemaknaan semiotik dan diskursus swafoto digital *Ghozali Everyday*, dianalisis Semiotika Roland Barthes terhadap sebagian foto seri (semiotik) dan *story telling* (diskursus/wacana) dari Ghozali dengan konsep matematis sosiologis diformulasikan oleh Pierre Felix Bourdieu tentang; (Habitus x Modal) + Ranah = Praktik. Teori Kajian Budaya (*Cultural Studies*) dari pemikiran Stuart Hall. Hasil penelitian disimpulkan telah terjadi *interplay* hubungan saling memengaruhi antara *habitus* dan *meme budaya* terhadap pengguna NFT atau agen sebagai pembeli dan peniru akibat tokenisasi swafoto "Ghozali Everyday" pada Januari 2022. Perwujudan praktik atau tindakan baik sebagai motif maupun aktivitas komunikasi - pada *Agen* karena adanya hubungan saling memengaruhi (*interplay*) antara "virus meme" dengan *habitus* yang di antarai oleh entitas modal (*capital*) serta ranah (*field*) pada swafoto *Ghozali Everyday*

**Kata kunci:** *Interplay, Habitus, Meme Budaya, Agen, Ghozali Everyday*

### ABSTRACT

*It started when Ghozali collected digital selfies of his face in the Open Sea NFT marketplace serial and then went viral in early 2022. As a result, imitation is not a creative, unique, and historical work, a requirement at NFT. The purpose of this research is on interplay imitation transactional practices for NFT users in the "Ghozali Everyday" selfie which is conceptualized as an interplay between habitus and cultural memes against Agents (NFT users) in Ghozali Everyday digital selfies in the marketplace, Open Sea, NFT. The meaning of semiotics and Ghozali Everyday's digital selfie discourse, analyzed by Roland Barthes' Semiotics of some series photos (semiotics) and story telling (discourse/discourse) from Ghozali with sociological mathematical concepts formulated by Pierre Felix Bourdieu about; (Habitus x Capital) + Realm = Practice. Theory of Cultural Studies (Cultural Studies) from the thought of Stuart Hall. The results of the study concluded that there had been interplay interplay between habitus and cultural memes of NFT users or agents as buyers and imitators due to the tokenization of selfies "Ghozali Everyday" in January 2022. The manifestation of practices or actions both as motives and communication activities on Agents because of the existence of the interplay between the "meme virus" and the habitus which is mediated by the capital entity and the field in Ghozali Everyday selfie*

**Keywords:** *Interplay, Habitus, Cultural Meme, Agent, Ghozali Everyday*

### PENDAHULUAN

Pada dasarnya, teknologi komunikasi merupakan hasil budaya manusia sebagai upaya proses percepatan dan efektivitas berkomunikasi berbasis teknologi digital dan jaringan (internet). Pesatnya perkembangan teknologi komunikasi digital (internet), memungkinkan bertumbuh dan berkembangnya beragam inovasi di bidang media.

Salah satu peristiwa pada media digital yang cukup mengundang perhatian yang fenomenal adalah, swafoto (*selfie*) digital berjudul *Ghozali Everyday* yang ditokenisasi di marketplace Open Sea NFT (*Nonfungible Token*) selanjutnya ditulis NFT pada awal 2022 oleh seorang bernama Ghozali.

Artinya, sejak Ghozali berswafoto yang difokuskan ke wajahnya saja selama rentang tahun 2017 hingga 2021 hasil fotonya kemudian di-*upload* atau ditokenisasi ke

marketplace, Open Sea, NFT tanpa diduga foto digital *selfie*-nya menjadi viral dan Ghozali pun mendadak milyader. Dalam konteks komunikasi, Ghozali telah *share* atau menyampaikan pesan berupa foto dan *story telling* (teks) yang bersifat semiotik dan diskursus ke sesama pengguna NFT aplikasi berbasis digital dan internet untuk meraih peminat atau pembeli.

Di NFT tak hanya Open Sea penyedia situs jual beli aset digital. Secara internasional ada Nifty Gateway, Axie Infinity, Mintable, dan Rarible. Sejak memasuki milenium ke-3, aktivitas komunikasi sejalan dengan digitalisasi dan teknologi jaringan (internet). Fakta membuktikan, di NFT telah terjadi proses komunikasi digital, yaitu, foto dan tulisan sebagai teks (pesan) bisa diterima, pun dinegasikan melalui aplikasi digital media internet terminologi hanya berlaku dalam proses komunikasi di media konvensional istilah pesan berubah menjadi konten (*content*) yang dapat dibuat oleh *user*, pun merangkap komunikasi sekaligus

komunikator hanya dalam sekejap. Pada era media digital dan internet, siapa pun dapat menyampaikan pesan atau membuat konten.

Baik konten bahasa tulisan, lisan, gambar, foto, grafik, film, maupun animasi. Berbeda dengan media konvensional; koran, majalah, tabloid dan media penyiaran (radio dan televisi). Komunikatornya terikat di media tertentu, di mana pesan (berita, artikel, opini) atau program (berita, *current affair*, *talk show*, dan lain-lain) disampaikan melalui proses *gatekeeping* (redaksi) diseleksi, disensor, dan disaring dengan merujuk dan mematuhi kode etik serta perundang-undangan yang berlaku dalam kaidah dan praktik jurnalistik sebelum disampaikan khalayak.

Sejalan dengan fenomena tersebut, NFT menjadi kegandrungan baru masyarakat sehingga menyulut minat banyak orang untuk tertarik dan meniru (*meme*) khususnya kasus di Indonesia seperti yang dilakukan Ghozali agar bernasib serupa sebagai *crazy rich* atau *sultan* yang berkonotasi "orang kaya raya" (*Ghozali Everyday Effect*).

Perilaku seperti ini pun kerap mewarnai sebagian besar selebritis yang memamerkan kekayaannya, khususnya melalui program televisi dan YouTube, pun media sosial lain. Di sisi lain, ada pula pengguna NFT yang memiliki kekuatan daya beli terhadap aset digital *Ghozali Everyday*. Bahkan, pembeli swafoto *Ghozali Everyday* dikentara juga berasal dari kalangan pesohor atau selebritis.

Seiring pencapaian Ghozali di NFT, tulisan berikut akan menyinggung sekilas mengenai profil dan kiprah Ghozali. Berdasarkan hasil penelusuran data dan informasi di internet, Ghozali memiliki nama lengkap Sultan Gustaf Al Gozali. Di dunia virtual atau media sosial, namanya dikenal sebagai @Ghozali\_Ghozalu (Twitter), @ghozalipoto dan ghozali 3D (Instagram), Ghozali Ghozalu (Facebook), serta Ghozali Ghozalu (YouTube). Lebih detailnya, Ghozali adalah mahasiswa Tingkat Akhir di Udinus (Universitas Dian Nuswantoro) Semarang, Jawa Tengah. Di kampus tersebut, Ghozali mengambil Program Studi Animasi, Fakultas Ilmu Komputer. Ia juga animator, *gamer*, dan mahasiswa berprestasi peroleh beasiswa sejak semester III (tiga).

Di NFT - saat usia Ghozali masih 18 tahun selama rentang lima tahun, ia mulai berswafoto sepanjang tahun 2017 hingga 2021. Seperti dinyatakannya dalam akun twitter-nya, Ghozali\_Ghozalu, "Foto saya diambil sejak saya berusia 18 hingga 22 tahun dan ini foto saya di depan komputer dari hari ke hari".

Ghozali mulai memasukkan foto digital wajahnya pada 10 Januari 2022 di marketplace, Open Sea, NFT sebanyak 933 foto *selfie*. Bahkan, ia pun sengaja mematok harga tinggi untuk sejumlah foto *selfie*-nya agar tidak ada yang berminat untuk membeli. Tentu, ia juga tak bakal menyangka, jika foto digitalnya dipromosikan di Komunitas NFT lalu viral dan menarik banyak pembeli. Sejak saat itu, ia pun mendadak menjadi milyader.

Merujuk dari pemaparan di atas – terkait dengan penelitian dan kajian ini - penulis lebih memfokuskan mengenai

*interplay* antara *habitus* dan *meme budaya* terhadap *agen* (pengguna NFT) pada diskursus (wacana) dan semiotik swafoto digital berjudul *Ghozali Everyday*, yang ternyata telah memantik pola kebiasaan, peniruan, serta transaksional bagi pengguna NFT dalam konteks ini peniru dan pembeli swafoto *Ghozali Eveyday* sehingga menimbulkan frasa *Ghozali Everyday Effect*.

Untuk mengungkap makna swafoto digital *Ghozali Everyday* di NFT meski hanya sebagian swafoto yang dikaji secara semiotika - penulis menggunakan analisis Semiotika yang digagas Roland Barthes dan teori Kajian Budaya (*Cultural Studies*) yang dikonsepsikan Stuart Hall untuk menemukan entitas dan makna teks, historis, dan mitos.

Lazimnya seperti yang terjadi di beragam format marketplace, pada prinsipnya, tokenisasi di NFT adalah praktik transaksi. Transaksi yang terjadi di NFT – khususnya fenomena *Ghozali Everyday Effect* – telah memicu munculnya peniruan atau replikasi (*meme*) dan praktik atau aksi (*habitus*, modal, ranah) daya beli bagi pengguna media digital atau internet di NFT.

Tak dimungkiri, pengkajian tentang NFT memang cenderung lekat dengan hal teknis. Namun dalam kajian ini, penulis hanya menyinggung secara sekilas – tidak mendetail dan merinci - mengenai beberapa istilah teknis yang melingkupinya. Meski demikian, penulis tak mungkin mengabaikan istilah-istilah yang terkait erat dengan NFT. Misalnya istilah *blockchain*, *kripto*, dan *hash*.

Urgensi penelitian ini terkait dengan adanya dampak yang begitu kuat dan tak lazim (anomali) akibat tokenisasi swafoto digital *Ghozali Everyday* di marketplace Open Sea NFT, yang pada akhirnya memicu beberapa orang (*agen*) – baik pembeli maupun peniru - untuk membeli bahkan meniru seperti apa yang dipamerkan atau dijual oleh Ghozali (*Ghozali Everyday Effect*). Maka, mengacu dari fenomena ini, penulis bertujuan untuk melakukan penelitian dan mengungkap munculnya fenomena aksi peniruan terhadap swafoto *Ghozali Everyday*.

## METODOLOGI

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana proses eksplorasi memahami dengan menggambarkan masalah sosial yang bermakna perilaku individu dan kelompok. (Creswell, 2009). Jenis penelitian pendekatan kualitatif deskriptif. Fokus penelitian deskriptif adalah pada pertanyaan penelitian "How" (bagaimana) dan "Who" (Siapa). (Neuman, 2003)

Penelitian deskriptif juga menyajikan gambaran sebuah situasi atau *setting* sosial secara detail dan spesifik. Dari pernyataan ini, penulis pun memfokuskan pemahaman terhadap praktik atau aksi daya beli dan peniruan yang dilakukan dari para pengguna NFT, khususnya di marketplace Open Sea.

Paradigma kritikal dengan tujuan mengungkap, mengapa para pengguna di NFT memiliki kekuatan daya

beli dan aksi peniruan akibat tokenisasi foto digital *Ghozali Everyday?* Mengapa swafoto *Ghozali Everyday* memunculkan hubungan saling mempengaruhi atau *interplay?* Mengapa para peniru pengguna NFT kurang memahami ketentuan dan persyaratan untuk melakukan tokenisasi yang berlaku di NFT? Mengapa pengguna NFT berminat membeli aset digital *Gozali Everyday?* Selanjutnya, untuk mengungkap entitas dan makna swafoto digital *Ghozali Everyday*, penulis menggunakan analisis Semiotika Roland Barthes. Sedangkan konsep *Praktik* yang digagas Pierre Felix Bourdieu dan *Memetika* hasil pemikiran Richard Dawkins digunakan secara dialektika untuk mengungkapkan kekuatan daya beli dan peniruan yang dilakukan pengguna NFT akibat viralnya swafoto *Ghozali Everyday* di marketplace, Open Sea, NFT.

Untuk mendukung penggunaan analisis Semiotika, penulis juga menyertakan teori Kajian Budaya (*Cultural Studies*) bahwa, analisis semiotika harus dikaitkan dengan kajian budaya agar memiliki manfaatnya. (Sunardi, 2020) Sedangkan Kajian Budaya (*Cultural Studies*) secara definitif sebuah formasi diskursif, sebuah *cluster* dan *social context* (konteks sosial di mana fenomena terjadi/diciptakan). Dalam penelitian kajian budaya ini, penulis menggunakan dimensi *text or discourse* dan *social context* dari fenomena yang terjadi. (Hall (Barker, 2006)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Menelusuri cikal-bakalnya, marketplace NFT mulai dikenal warga digital sejak 8 tahun lalu, saat Kevin Mc Coy pegiat media digital - memperkenalkan transaksi pertamanya di NFT pada 2014. Secara definitif, dilansir dari *coinvestasi.com*, NFT adalah memanfaatkan infrastruktur *blockchain* dalam bentuk aset kripto lain dan platform dasar transaksi mata uang kriptodikenal dengan *Blockchain*. Sedangkan tokenisasi adalah proses mengkonversi berbagai bentuk aset fisik menjadi aset digital. Artinya, sebuah token dapat dipindahkan, disimpan, dan direkam di dalam *blockchain*.

Detailnya, bentuk fisik dan kripto mata uang berbeda dengan token NFT. Sedangkan kopi aset membedakan Token NFT menjadi unik (*non-fungible*) sebagai pembeda dan penegas keaslian, otentik suatu aset digital. Keunikan yang melekat pada asetnya telah memungkinkan penguatan kondisi, yang menjadikan suatu aset itu langka.

Sejalan waktu bergulir, maka muncul kemudian beberapa pegiat NFT yang melakukan transaksi dan membeli beberapa aset digital dengan harga yang sangat tinggi. Sebetulnya, kepopuleran NFT baru menarik perhatian publik atau masyarakat digital pada 2021, ketika menjual *twit* pertamanya sebagai NFT oleh CEO Twitter, Jack Dorsey. Dalam bentuk NFT Dorsey seharga 2,9 juta dollar AS atau sekitar Rp 41,47 miliar (kurs Rp 14.300) terjual. Setelah itu, NFT menjadi populer hingga akhir tahun 2021 sehingga kurun waktu setahun dengan harga terbilang sangat tinggi beberapa NFT terjual.

Ada 5 (lima) dari 20 (dua puluh) NFT termahal yang pernah terjual sepanjang 2021: (Screenrant.com)

1. *The Merge* adalah NFT termahal yang pernah terjual sepanjang 2021. *The Merge* dibuat oleh seniman digital Pak. Di jagad per-NFT-an, Pak adalah salah satu pakarnya lantaran mampu mengkreasikan sejumlah karya seni terikonik. *The Merge* terjual 91,8 juta dollar AS atau setara Rp 1,31 triliun.
2. *Everydays: The First 5000 Days*. NFT ini merupakan kolase gambar yang dibuat oleh Mike Winklemann sejak 2007 dan selesai pada 2020 atau selama 13 tahun. *Everydays: The First 5000 Days* menjadi NFT termahal #2 terjual pada 2021. NFT bernama *Everydays: The First 5000 Days* ini terjual senilai 69,3 juta dollar AS atau sekitar Rp 991 miliar pada 11 Maret 2021. *Everydays: The First 5000 Days* dibeli oleh investor *cryptocurrency* yang berbasis di Singapura melalui rumah lelang Christie's.
3. *Human One* menempati peringkat kedua sebagai NFT termahal yang pernah terjual pada 2021 dengan harga 28,9 juta dollar AS (Rp 426 miliar) di rumah lelang Christie's. NFT ini merupakan potret bergerak yang menampilkan gambaran manusia pertama yang lahir di metaverse. Pembuat *Human One* adalah Winklemann, orang yang sama yang membuat *Everydays: The First 5000 Days*.
4. *CryptoPunk #752* merupakan salah satu avatar digital yang unik di *blockchain Ethereum* oleh duo pengembang yang berbasis di Kanada yang menjalankan Larva Labs. Sejauh ini, ada 1.000 *Cryptopunk* dibuat atau dihasilkan secara algoritmik sejak Juni 2017. *CryptoPunk #752* terjual seharga 11,75 juta dollar AS atau setara Rp 168,02 miliar dan dilelang di Sotheby. *CryptoPunk #7523* dianggap langka dan menjadi salah satu kreasi digital paling ikonik sekaligus NFT paling mahal nomor empat sepanjang 2021.
5. *CryptoPunk #3100*. Kelompok *CryptoPunk* menempati dua posisi sebagai NFT paling mahal pada rentang tahun 2021. *CryptoPunk #3100* laku dijual seharga 7,58 juta dollar AS atau setara Rp 108 miliar. Pada 11 Maret 2021, *CryptoPunk #3100* terjual. Awalnya pada 2017, *CryptoPunk #3100* hanya terjual 76 dollar AS atau Rp 1 juta.

Mencoba mencermati beberapa contoh di atas, seolah terkesan mudah dilakukan untuk meraih keuntungan finansial. Padahal faktanya tidak demikian. Ada sejumlah ketentuan dan persyaratan yang berlaku di NFT agar menyulut pembeli untuk bertransaksi.

Menurut Teguh Kurniawan Harmanda Ketua Umum Asosiasi Pedagang Aset Kripto Indonesia (Aspakrindo) dalam program Metro Siang di Metro TV, Senin, 17 Januari 2022, yang dilansir dari *medcom.id*, menjelaskan: "Sebenarnya, bisa kita tokenisasi semua barang yang memiliki value (nilai) dan history (sejarah). Tapi, tidak ada story dan tidak ada faedahnya kalau gambar makanan atau data informasi."

Terdapat tiga pilar yang perlu dipahami ketika menggarap proyek NFT: (CNBC Indonesia)

1. *Rarity*; karya NFT harus memiliki unsur kelangkaan atau keunikan supaya tidak umum atau pasaran.
2. *Utility*; karya NFT harus memiliki *additional value* yang ditawarkan kepada para pemegang NFT.
3. *Community*; karya NFT akan gemilang apabila dibangun atas *interest* atau minat yang sama dari sejumlah individu supaya mempunyai *value*.

Selain foto, gambar, dan grafis, pengguna pun dapat menjual karya musik atau video. Contohnya, grup musik KLa Project, telah melakukan tokenisasi beberapa karya lagunya di NFT. Utamanya, sejumlah barang tersebut selayaknya mempunyai *story telling* yang mengundang perhatian sebagai diskursus. Dengan begitu, *value* NFT-nya akan meroket.

Lebih lanjut dijelaskan Menurut Teguh Kurniawan Harmanda

*"Melihat kasusnya Mas Ghozali dengan konsisten mengunggah swafotonya sejak 2017. Mmembuat story telling di balik foto-foto sehingga menimbulkan ketertarikan orang-orang untuk membelinya."*

Penjelasan tersebut membuktikan bahwa, tokenisasi NFT di marketplace Open Sea telah mampu meningkatkan pendapatan finansial bagi para konten kreatornya. Sejalan itu pula, banyak orang mulai mencoba melakukan tokenisasi karya aset digitalnya di NFT untuk meraih keuntungan finansial serupa apa yang terjadi di platform youtube atau tiktok dalam mengunggah kontennya agar seperti yang dialami Ghozali. Gejala demikian wajar terjadi sebagai aktivitas komunikasi di marketplace. Sejak awal, NFT merupakan media atau aplikasi *marketplace* yang memuat aktivitas komunikasi dan transaksi berupa teks, termasuk *caption* dan *story telling* dari Ghozali.

Konteks teori Kajian Budaya dan Studi Media

*"Sebagai bahasa lisan teks dimaknai sebagai bahasa tulis, gambar, bunyi, arsitektur, sistem makanan, sistem busana, dan berbagai manifestasi dari kebudayaan. (Hoed, 2011)*

*"Semua yang tertulis, gambar, film, video, foto, desain grafis, karya lagu, dan lain-lain yang menghasilkan makna dalam sebuah teks. (McKee Ida, 2014)*

Mengacu dari pengertian di atas, maka swafoto berjudul *Ghozali Everyday* pun termasuk teks dalam konteks diskursus (wacana) dan semiotika. Uniknya, selama rentang tahun 2017 sampai 2021, Ghozali berswafoto secara *close-up*. Apa yang ia lakukan sebetulnya sekadar iseng tanpa berharap banyak. Maka itu, ia mematok harga yang tinggi untuk wajah foto dirinya agar tidak ada yang berminat membeli.

Fakta sebaliknya, foto *selfie*-nya justru laku dibeli. Tercatat, terdapat 993 *items* swafoto yang disajikan di marketplace Open Sea NFT oleh Ghozali, yang telah terjual sebanyak 600-an foto. Secara teknis dan proses, swafoto *Ghozali Everyday* merupakan produk digital.

Menurut etimologinya, kata *digit* atau *digitus* (Yunani) digital berasal dari bermakna jari-jemari. Secara numerik, jari-jemari berjumlah sepuluh (10) dengan nilai 10 bermakna 2 *radix* (dasar) angka 1 dan 0. Sehingga penggambaran dari suatu keadaan bilangan digital dari angka 0 dan 1 atau *off* dan *on* (*binary digit*).

Artinya, apa pun yang menggunakan teknologi digital, pasti memanfaatkan sinyal-sinyal yang dapat diwakili dengan dua digit, yaitu 0 dan 1. Simpul kata, teknologi digital adalah suatu teknologi otomatis menggunakan perangkat komputer melalui sistem bilangan biner.



**Gambar 1: Selfie *Ghozali Everyday* di NFT dan *story telling* (foto: katadata/opensea NFT)**

Timbul pertanyaan, mengapa NFT menjadi bernilai tinggi dan nilainya meroket?

Lebih lanjut Hamzah Ritchi

*"Hal ini karena banyak orang berfikir NFT memiliki nilai. Namun, yang perlu diketahui, sebenarnya pembeli NFT hanya memiliki sebuah kode unik (hash) di blockchain, dimana karya seni itu ditulis di dalamnya tercatat transaksi dan tautan ke file. Sesungguhnya, NFT hanyalah sekadar tokenisasi yang merepresentasikan sebuah aset, yang sebenarnya terpisah dari asetnya. Detailnya, setiap token merefleksikan aset yang khas dan unik, maka sebuah NFT tidak dapat diduplikasi dari aslinya. Tetapi, banyak orang yang berpandangan menyamaratakan bahwa, bentuk eksklusif kepemilikan token sebagai kepemilikan karya sendiri. Sebetulnya apa yang disuguhkan NFT lebih merupakan sertifikat keaslian atas kepemilikan aset digital, terpisah dari aset fisiknya."*

Berdasarkan deskripsi mengenai keunggulan dan keuntungan yang dijanjikan dari aplikasi marketplace di NFT, yang akhirnya memungkinkan banyak orang melakukan tokenisasi atas hasil karyanya sebagai aset digital. Entah berupa karya foto, musik, film, benda koleksi, animasi, dan lain-lain. Namun, dampak swafoto *Ghozali Everyday* yang menjadi viral tersebut (*Ghozali Everyday Effect*), beberapa pengguna NFT justru melakukan tokenisasinya tanpa didasari informasi dan pengetahuan yang memadai.

Fenomena yang nampak jelas, ada beberapa pengguna yang hanya sekadar meniru, ikut-ikutan, ingin kaya raya



secara instan, yang akhirnya membentuk pola kebiasaan yang berlanjut. Misalnya, mengirimkan foto KTP (Kartu Tanda Penduduk) sebagai identitas diri. Padahal ini rentan bahaya, ketika ada pihak yang mencoba menyalahgunakan kartu identitas tersebut.

Berbeda dengan Ghozali. Swafoto berjudul *Ghozali Everyday* dimaknai sebagai "Ghozali Setiap Hari". Bisa dikatakan, swafoto *Ghozali Everyday* sebagai foto seri yang kronologis.

"Foto seri (lebih dari satu foto) tentu saja yang kita perlakukan secara berbeda dengan foto tunggal. Dalam foto seri, kita memperlakukan setiap foto sebagai unsur-unsur atau satuan sekuensial yang mewujudkan sebuah kisah atau narasi. Biasanya foto-foto ini ditata secara kronologis." (Sunardi, 2020)

Lantas timbul pertanyaan terkait dengan swafoto *Ghozali Everyday*. Apa yang setiap hari mengenai Ghozali? Apakah tentang kegiatan sehari-harinya atau ada hal lain? Ternyata, judul *Ghozali Everyday* merupakan swafoto yang ditokenisasi di marketplace Open Sea NFT selama rentang tahun 2017 hingga 2021 yang dilakukan hampir setiap hari. Jika begitu, foto-foto tersebut memiliki jejak historis atau menyejarah. Syarat ini telah dipenuhi oleh Ghozali, ketika ia melakukan *selfie* terhadap wajahnya untuk ditokenisasi di marketplace Open Sea NFT. Jejak historis yang melekat pada swafoto *Ghozali Everyday* cukup memunculkan unsur-unsur keunikan, mistis atau mitos, serta diskursus atau wacana.

"Mitos adalah tipe wicara...landasan historis yang dimiliki mitos, baik mitos yang kuno maupun tidak, karena dia adalah tipe wicara yang dipilih oleh sejarah: mitos tak mungkin lahir dari "hakekat" sesuatu... wicara jenis ini adalah sebuah pesan. Oleh sebab itu dia tidak bisa dibatasi hanya pada wicara lisan saja. Pesan bisa terdiri dari berbagai bentuk tulisan atau representasi, bukan hanya dalam bentuk wacana tertulis, namun juga berbentuk fotografi, sinema, reportase, olahraga, pertunjukan, publikasi, yang kesemuanya bisa berfungsi sebagai pendukung wicara mitis." (Barthes, 2009)

Pernyataan Barthes tentang mitos pun berlaku untuk fotografi, termasuk foto *selfie* Ghozali. Apalagi Ghozali mencantumkan pula teks (*story telling*) di swafotonya; *I took photos of my self since i was 18 to 22 years old (2017 – 2021). It's really a picture of me standing in front of the computer day by day.* Meskipun seperti telah disinggung di awal tentang aset digital termahal di NFT Ghozali melakukan tokenisasi dengan mencantumkan kata "Everyday" pun sebetulnya meniru apa yang telah dilakukan oleh Mike Winkleman di NFT berjudul *Everydays: The First 5000 Days*, yang dilakukannya sejak 2007 dan selesai pada 2020 (13 tahun).

Terfokus pada semiotik swafoto *Ghozali Everyday*, berikut akan dijabarkan mengenai semiotika yang terkait dengan komunikasi. Menurut definisi umum, semiotika dimaknai

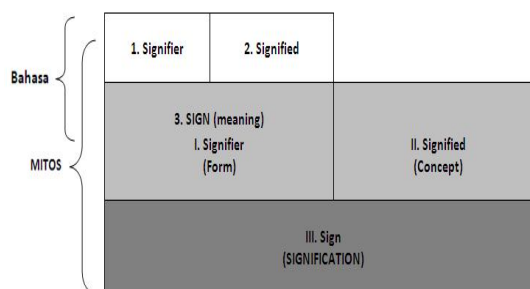
sebagai tanda-tanda dan relasi. Tanda memiliki simbol dan sistem kode.

"Tanda, simbol atau lambang, serta sistem kode terkait dengan komunikasi juga diartikan sebagai proses pengoperan lambang-lambang yang berarti antara individu-individu." (Arifin, 2003)

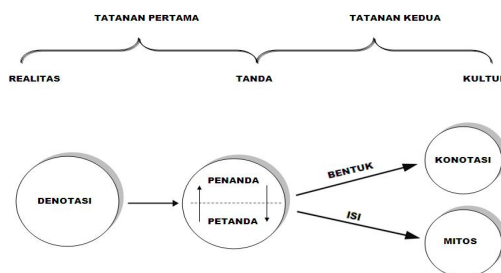
Komunikasi adalah penyampaian pesan (*message*). Sebuah pesan yang memiliki muatan tanda, simbol, dan kode.

"...Saya berasumsi bahwa semua komunikasi melibatkan tanda (*signs*) dan kode (*codes*). Tanda adalah artefak atau tindakan yang merujuk pada sesuatu yang lain di luar tanda itu sendiri; yakni, tanda menandakan konstruk. Kode merupakan sistem dari tanda-tanda diorganisasikan... saya juga berasumsi bahwa tanda-tanda dan kode-kode itu ditransmisikan atau dibuat tersedia pada yang lain dan bahwa pentransmisi atau penerimaan tanda/kode/komunikasi adalah praktik hubungan sosial." (Friske, 2004)

Tanda yang dimaksudkan itu pun telah digagas oleh Roland Barthes untuk menyingkap makna tanda melalui konsep semiotika dalam bentuk skema sebagai berikut:



Gambar 2: Skema Barthes (Dimodifikasi dari ST. Sunardi)



Gambar 3: Skema Barthes (Dimodifikasi dari John Fikse)

Berdasarkan etimologis, *signification* berasal dari bahasa Latin *significatio*. Kata Latin ini terdiri dari dua kata dasar *signium* (tanda) dan *facere* (membuat). *Significatio* berarti hal yang menunjuk, hal menyatakan, pengungkapan, petunjuk, tanda, isyarat. (Sunardi, 2020)

Konsep Barthes, mitos merupakan hasil tatanan pertandaan (*order of signification*) yang kedua. Untuk yang pertama, mengacu dari basis kerja Ferdinand de Saussure seorang penggagas awal strukturasi semiotika pun dirujuk dan

dikembangkan Barthes yang menghasilkan makna denotatif. Sedangkan tatanan yang kedua memunculkan makna konotatif.

*"Konotasi menggambarkan interaksi yang berlangsung tatkala tanda bertemu dengan perasaan atau emosi penggunaannya dan nilai-nilai kulturalnya."*

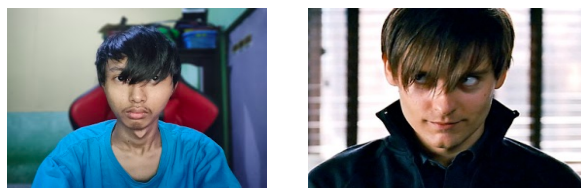
Merujuk dari uraian di atas mengenai swafoto *Ghozali Everyday* di NFT – penulis hanya sebagian saja mengkaji swafoto secara semiotika - dengan mengacu pada skema Barthes, berikut di bawah ini ditampilkan swafoto yang dimaksudkan tersebut:

| MAKNA DENOTASI  |  |
|---|--|
|   |  |
| <p>Secara denotatif seri foto di atas dimaknai sebagai rangkaian foto selfie dari seorang anak muda masa kini</p>   |  |
| MAKNA KONOTASI  |  |
|    |  |
| <p>Secara konotatif, seri foto tersebut memiliki makna yang berbeda. Makna foto seri di atas dapat dipersepsikan sebagai rangkaian foto seorang mahasiswa berpose yang unik dengan model rambut berbagai macam, jakun yang menonjol mencerminkan kelaki-lakian (maskulin), serta foto yang kronologis dan historis.</p> |  |

Gambar 4: Makna Denotasi dan Makna Konotasi

Pemaparan di atas mengenai denotasi dan konotasi swafoto *Ghozali Everyday* merujuk pada persepsi dan persepsi dari para pengguna atau pemegang NFT untuk memaknai foto-foto tersebut. Alasan penulis hanya memilih sebagian swafoto *Ghozali Everyday* adalah, foto-foto yang dipilih sudah cukup merepresentasikan keunikan atau kelangkaan, historis, mitos, serta periode waktu. Seperti diungkap Ghozali mengenai salah satu fotonya, "Foto selfie saya sangat langka, rambut mirip Tobey emo Spiderman 3,"

jelas Ghozali mengacu pada film *Spider-Man 3*, pada foto #787 yang terkena efek *Symbiote*.



Gambar 5: Model. Rambut Ghozali (#767) yang Mirip Rambut Tobey

Mencoba difokuskan, dua foto di atas secara semiotika, jika lebih diturunkan dalam level makna, tentu memiliki makna denotatif dan konotatif. Pada salah satu swafoto berjudul *Ghozali Everyday* secara denotatif dimaknai; wajah anak muda dengan model rambut yang unik dan lucu. Sedangkan secara konotatif bermakna; swafoto anak muda milenial penggemar film superhero *Spider-Man*, yang dicerminkan pada model rambut *symbiote* ala Tobey McGuire dalam film *Spider-Man 3*.

Setelah memaknai swafoto Ghozali dalam konsep semiotik, tiba gilirannya penulis menggunakan teori Memetika untuk menguak penyebab terjadinya peniruan karena adanya *interplay* antara *habitus* dan *meme* budaya terhadap *Agen* pada swafoto digital *Ghozali Everyday* di NFT. Indikasinya dapat dicermati dari meningkatnya minat pengguna di marketplace Open Sea NFT untuk melakukan tokenisasi pasca viralnya *Ghozali Everyday*. Dikutip dari liputan6.com, pasca Ghozali viral, banyak orang mulai berminat dan bermain di NFT.

Peniruan yang dilakukan segelintir pengguna NFT cukup membuktikan kurangnya literasi. Proses atau mekanisme transmisi *meme* dalam diri seseorang ke orang lainnya (liyan) para pengguna NFT atau agen dapat dijelaskan oleh Heylighen dan Chielens (2009: 2) sebagai berikut,

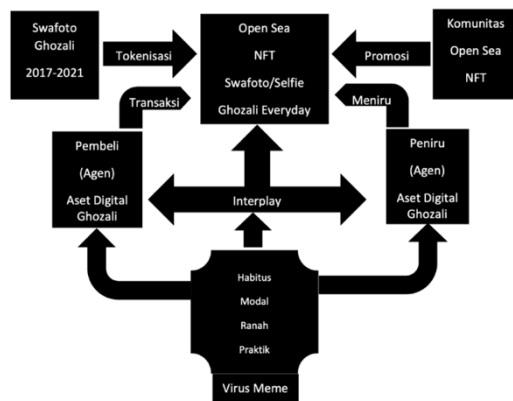
*"Karakter budaya dipindahkan dari satu orang ke orang lain, seperti halnya gen dan virus, oleh karenanya evolusi budaya dapat dimengerti melalui mekanisme dasar yang sama dengan reproduksi, penyebaran, variasi, dan seleksi alam yang mendasari evolusi biologis. Hal tersebut mengandaikan adanya suatu unit informasi budaya yang dapat dipadankan dengan unit informasi dalam dunia biologis, yaitu gen. Unit informasi dalam budaya ini kemudian dinamakan meme, yang dapat diartikan sebagai pola informasi yang berada dalam ingatan individu. Meme bekerja dengan cara-cara yang serupa dengan gen di dunia biologis, namun perbedaan tempat mereka berkembang, menjadi perbedaan mendasar bagi keduanya dan telah memicu penelaahan meme secara khusus yang dilakukan oleh ilmu baru yang bernama memetika."*

Menurut Richard Dawkins ilmuwan biologi aliran neo-darwinisme sebagai pencetus kata *meme* dalam *The Selfish Gene* (1989), definisi biologis *meme* adalah unsur dasar penyebaran atau peniruan budaya. Sedangkan pendapat Richard Brodie dalam *Virus Akal Budi*, *meme*

dimaknai sebagai entitas utama informasi di dalam akal budi yang keberadaannya memengaruhi berbagai peristiwa sedemikian rupa sehingga tercipta lebih banyak salinan *meme* itu di dalam akal budi orang lain. Mengenai peniruan atau memetik, terkait dengan konsep *meme* budaya.

*"Ketika kita meniru tingkah laku seseorang, ada sesuatu yang berpindah yang kemudian bisa terus-menerus berpindah dari satu orang ke orang lain. "Sesuatu" inilah yang Dawkins sebut sebagai meme." (Wijayanto, 2013)*

**Proses Tokenisasi dan Transaksi Swafoto Ghozali Everyday di Marketplace Open Sea NFT**



**Gambar 6: Skema Interplay Habitus dan Meme Budaya Terhadap Agen Pada Swafoto Ghozali Everyday (Dikonstruksi Penulis)**

Detailnya, *meme* adalah sebuah replikator, yaitu makhluk yang memperbanyak diri. (Dawkins (Mahzar, 2012) *Meme* diturunkan melalui proses pembelajaran budaya yaitu peniruan *meme* itu semacam virus, yaitu virus pikiran.

Pada dasarnya, *meme* adalah replikator yang merupakan sesuatu. Sesuatu yang disebut sebagai *meme*, yang kemudian menjangkiti para pengguna Open Sea NFT. Viralnya *Ghozali Everyday* akibat tokenisasi dari Ghozali, pada akhirnya para pengguna NFT (agen) mulai melakukan peniruan seperti yang dilakukan Ghozali. Bagi komunitas juga sebagai agen aksi ini mewujudkan dalam bentuk pembelian satu atau beberapa foto di *Ghozali Everyday*. Viralnya Ghozali sebagai milyader lantaran menjual sejumlah fotonya di Open Sea NFT, akhirnya mendorong banyak orang melakukan seperti yang dilakukan Ghozali.

Proses tokenisasi swafoto Ghozali tentu tanpa diduga sebelumnya – telah memicu munculnya *interplay* antara Ghozali, Komunitas, Pembeli, dan Peniru sebagai *Agen*. Menurut American Dictionary, *interplay* diartikan, *the action between two or more things or the effect they have on each other* (tindakan antara dua atau lebih hal atau efek yang mereka miliki satu sama lain), atau *the effect that two or more things have on each other* (pengaruh dua hal atau lebih terhadap satu sama lain). Selanjutnya, menurut Britannica Dictionary, *interplay* dimaknai sebagai cara di mana dua atau lebih hal, kelompok, dan lain-lain, mempengaruhi satu sama lain ketika mereka terjadi atau ada bersama-sama.

Sedangkan *Agen* atau *Agensi* berdasarkan pandangan Bourdieu.

*"Agensi (Agency) merupakan kapasitas individu untuk terlibat dalam kehidupan sosial. Sifat agen cenderung lebih mekanistik karena berdasarkan habitus yang merupakan sistem tahan lama, disposisi yang dapat berubah." (Ninditya, 2009)*

Melengkapi pernyataan tersebut, pada konteks tentang *Agen* dalam konsep Bourdieu.

*"Agen diperlakukan sebagai aktor individu. Selanjutnya, agen terkadang merupakan habitus yang terpisah dalam hubungan dialektika dengan dunia eksternal." (Ritzer, 2003)*

Penjelasan di atas menurut pemahaman penulis, *habitus* terkadang terpisah bisa jadi lebih sering dalam hubungan dialektika dengan dunia eksternal atau luar. Misalnya, habitus mengenai peniruan yang disebabkan "virus meme" pun mewujudkan dalam pola kebiasaan atau *habitus* yang dikonsepsikan oleh Pierre Felix Bourdieu. Gamblangnya, *meme* yang berada dalam otak manusia mereproduksi bentuk-bentuk peniruan atau replikasi, yang sebelumnya diproses melalui pengalaman indrawi manusia sebagai *habitus*-nya lewat modal-modal (ekonomi, budaya, politik, sosial) yang dimilikinya di dalam suatu ranah lalu dipraktikkan.

Menurut Bourdieu, dalam praktiknya, manusia menempati arena atau ranah sosial dalam memperjuangkan, memaknai, mempersepsi, sehingga membutuhkan sejumlah modal yang diantarai oleh habitusnya.

*"Habitus adalah sistem yang terdiri dari kecenderungan-kecenderungan ajeg yang berlangsung di dalam diri pelaku sepanjang hidupnya (durable), yang dapat mendorong praktik di berbagai ranah berbeda (transposable), yang berfungsi sebagai basis pembentuk praktik yang terstruktur dan secara obyektif disatukan." (Badriati, 2005)*

Pernyataan ini dapat dimaknai, habitus dalam diri para peniru pengguna Open Sea NFT pun pembeli aset digital (replikator) menjadi kecenderungan ajeg yang berlangsung sepanjang hidupnya sehingga mendorong Agen melakukan praktik di marketplace Open Sea NFT (ranah) yang berfungsi membentuk struktur dan obyektif.

Mengenai modal yang melekat pada diri Agen, menurut versi Bourdieu terdiri dari modal budaya, modal simbolik, modal ekonomi, dan modal sosial. Setiap modal menentukan kelas dan kapasitasnya sebagai perwujudan praktik sosial terhadap agen atau pelaku. Untuk bisa mengakses atau tokenisasi di NFT, tentunya Agen (pengguna NFT) memiliki modal ekonomi (uang dan fasilitas), pergaulan yang menunjang kelasnya (modal sosial), serta modal budaya; pengetahuan yang memadai untuk menunjang pemahaman NFT. Sedangkan habitus yang melekat dalam diri seseorang merupakan tempaan yang melatari perjalanan hidupnya. Habitus seorang pengguna NFT yang melakukan tokenisasi di marketplace

Open Sea NFT secara terus-menerus pada era pertengahan tahun 2000, tak akan pernah ditemukan pada era 1990-an. Praktik atau aksi dari seorang agen (Pengguna NFT) dipengaruhi oleh ranah atau lingkungan dan modal dalam membentuk *habitus*-nya. *Habitus* dan *meme budaya* yang berproses dalam diri seseorang telah membentuk pola kebiasaan dan sikap meniru dari lingkungan sekitar dan perilaku orang lain. Demikian pula yang terjadi pada Agen (pengguna Open Sea NFT) menjadi *habitus* yang diproses sepanjang hidupnya.

## KESIMPULAN

Swafoto *Ghozali Everyday* merupakan foto seri yang ditokenisasi oleh Ghozali di marketplace Open Sea NFT, ternyata telah menyulut minat dan memengaruhi banyak orang (*Ghozali Everyday Effect*). Hubungan saling memengaruhi (*interplay*) antara *habitus* dan *meme budaya* terhadap para pengguna NFT pada swafoto *Ghozali Everyday*, pun telah membuktikan munculnya pola kebiasaan (*habitus*) dan aksi peniruan (*meme*) pada agen dalam praktiknya yang di antarai oleh modal dan ranah atau lingkungan para pengguna Open Sea NFT.

Untuk penelitian lebih lanjut perlu disertakan secara mendetail dari aspek psikologis tentang motivasi dan keterpengaruhan bagi pengguna NFT terhadap fenomena yang terjadi secara anomali di beberapa marketplace lainnya di NFT. Pun pengkajian atau analisis pada swafoto *Ghozali Everyday* – termasuk foto-foto lain sejenis yang telah ditokenisasi – dapat diteliti seluruhnya agar mendapat gambaran yang utuh dan merepresentasikan makna yang holistik melalui kajian analisis semiotika dan kajian budaya.

## REFERENSI

- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang.
- Barthes, Roland. 2009. *Mitologi*. Bantul, Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Budiman, Kris (ed), 2002. *Analisis Wacana: Dari Linguistik Sampai Dekonstruksi*, Yogyakarta: Studi Pusat Kebudayaan Universitas Gajah Mada.
- Creswell, John W. 2009. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approach*. Singapore: Sage Publication Inc.
- Fiske, John. 2004. *Culture and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra
- Harker, Richard, Cheelen Mahardan ChrisWilkes. 2009. *(Habitus x Modal) + Ranah = Praktik: Pengantar Paling Komprehensif kepada Pemikiran Pierre Bordieu*. Yogyakarta: Jalasutra

- Heylighen, Francis & Chielens, K. 2009. *Cultural Evolution and Memetics*, Springer.
- Hoed, Benny. 2011. *Semiotik & Dinamika Sosial Budaya*. Jakarta: Komunitas Bambu.
- Jenkins, Richard. 2004. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu*. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Mahzar, Armahedi. 2006. *Melacak Mutasi-Mutasi Meme: Evolusi Unit Inrmasi Budaya dalam Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Neuman, William Lawrence. 2003. *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approach*. Boston: Pearson Education.
- Poerwandari, E. Kristi. 2001. *Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3 Fakultas Psikologi UI.
- Ritzer, George, Douglas J. Goodman. 2008. *Teori Sosilogi Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Sunardi, ST. 2020. *Semiotika Negativa*, Yogyakarta: Penerbit Buku Baik.
- Wijayanto, Eko. 2013. *Memetics Perspektif Evolucionis Membaca Kebudayaan*, Depok: Penerbit Kepik.
- Widjojo, Muridan S.. 2003 *Prancis dan Kita: Strukturalisme, Sejarah, Politik, Film, dan Bahasa*. hal 12-1. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.

## Jurnal

- Badriati, Meily. 2006. *Dominasi Pemilik Modal dan Resistensi Pekerja Media*. Jurnal Penelitian Ilmu Komunikasi Thesis Volume V No.1/Januari-April 2006.
- Ninditya, Ratri. 2009. *Interaksi Struktur dan Agen dalam Reproduksi Relasi Sosial Melalui Kekerasan Simbolik*. Jurnal Penelitian Komunikasi Thesis Volume VIII No.2/Mei – Agustus 2009

## Internet

- <https://cryptobriefing.com/students-selfie-nfts-nearly-1m-in-sales-in-days/>
- <https://tekno.kompas.com/read/2022/01/20/19020017/mengapa-nft-foto-selfie-ghozali-ada-yang-mau-beli-mahal?page=all>.
- <https://jateng.tribunnews.com/>