

FENOMENA PENJUALAN POP NFT: KASUS GHOZALI EVERYDAY

Rahoyo

Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

rahoyo@usm.ac.id

Abstrak: Pada awal 2022, publik dibuat gempar karena Ghozali, seorang mahasiswa, mendadak menjadi milioner hanya karena menjual foto-foto selfie (swafoto) dirinya dalam bentuk Non Fungible Token (NFT) di Opensea. Nama NFT-nya adalah Ghozali Everyday. Bukan hanya menjadi topik diskusi di Indonesia, kasus Ghozali Everyday juga menjadi pemberitaan di Singapore, India, Pilipina, Inggris, bahkan Amerika. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengapa dan bagaimana kasus Ghozali Everyday bisa terjadi. Dengan menganalisis 280 sampel NFT Ghozali Everyday, penelitian ini menemukan bahwa apa yang terjadi pada kasus Ghozali Everyday adalah fenomena penjualan pop. Dan, dengan menggunakan metode netnografi, penelitian ini menemukan bahwa penjualan pop NFT Ghozali Everyday terjadi karena beberapa faktor, yaitu komunitas, momentum, harga rendah, dan promosi. Sejauh yang peneliti ketahui, penelitian ini adalah kajian pertama mengenai Ghozali Everyday. Dengan demikian, kajian ini akan menambah khazanah dalam kajian NFT yang masih sangat langka.

Abstract: At the beginning of 2022, the public was in an uproar because Ghozali, a student, suddenly became a billionaire just by selling selfies in NFT form on OpenSea. The name of his NFT is Ghozali Everyday. Not only had it become a topic of discussion in Indonesia, the Ghozali Everyday had also become the subject of news in Singapore, India, Philippines, England, and even United State of America. This study aims to analyze why and how the Ghozali Everyday could occur. By analyzing 280 samples of Ghozali Everyday NFT, this study found that what happened to Ghozali Everyday was a pop sales phenomenon. And, using the netnographic method, this study found that Ghozali Everyday's pop sales occurred due to several factors, i.e. community, momentum, low prices, and promotions. To the best of the author's knowledge, this is the first research on Ghozali Everyday. Thus, this study will add a new literature in NFT research that are still scarce.

Ghozali Everyday; NFT Market; OpenSea; Blockchain

PENDAHULUAN

Pasar NFT (Non-Fungible Token) masih relatif baru (Pelechrinis et al., 2022). Aktivitas penjualan NFT tercatat belum lebih dari sepuluh tahun, tepatnya baru dimulai 2014 (Davis, 2021). Muncul tahun 2014, pasar NFT berkembang sangat pesat pada 2017, terutama dipicu oleh kesuksesan proyek CryptoKitties (Ante, 2021). Namun demikian, penelitian menunjukkan bahwa tidak sampai tahun 2021 pasar NFT mengalami pertumbuhan yang sifatnya eksponensial (Kapoor et al., 2022).

Karena pasar NFT masih relatif baru, bisa dimengerti apabila kajian mengenai NFT masih sangat terbatas (Kapoor et al., 2022). Itu pun harus dicatat bahwa penelitian-penelitian yang telah ada masih terbatas pada aspek-aspek teknis, seperti regulasi hak cipta, komponen, protokol, standar yang diharapkan, dan royalti (Nadini et al., 2021). Sejauh peneliti ketahui, belum ditemukan penelitian yang mengkaji kasus empiris NFT. Padahal, di sisi lain, harga NFT yang fluktuatif dan popularitasnya yang meroket dengan cepat telah mendorong banyak orang menciptakan, mempromosikan, dan memperdagangkan NFT demi keuntungan (Kapoor et al., 2022).

Salah satu kasus empiris yang belum dikaji terkait NFT adalah kasus Ghozali Everyday. Kasus ini terjadi pada awal 2022. Sultan Gustaf Al Ghozali, seorang mahasiswa, mendadak menjadi seorang miliarder setelah meraup pendapatan sebesar Rp1,7 miliar hanya dengan menjual foto-foto selfie-nya yang berjumlah 933 dalam bentuk NFT. Apa istimewanya foto-foto selfie tersebut sehingga mampu menjadikan pemiliknya seorang milioner? Kasus ini juga telah membuat hiruk pikuk bukan hanya masyarakat Indonesia melainkan juga dunia. Beberapa media memberitakan hal ini, antar lain Channel New Asia, Singapura (Siregar, 2022), The Straits Times, Singapura (The Straits Times, 2022), The Philippine Star, Pilipina (The Philippine Star, 2022), Daily Mail, Inggris (BAKER, 2022) dan bahkan Vice, Amerika Serikat (Irawan Supto Adhi, 2022).

Ghozali mulai menjual foto-foto selfienya pada 10 Januari 2022 dengan harga sekitar Rp48.000 per foto. Pada hari pertama, ia menjual sebanyak 33 foto. Pada hari kedua, seluruh foto selfienya sebanyak 933 foto terjual habis. Yang menarik, pada hari ketiga, di pasar skunder foto-foto Ghozali terjual dengan harga terendah (floor price) Rp13,3 juta per foto.

Ironisnya, sesungguhnya Ghozali tidak sejak awal bermaksud menjual foto-foto selfienya tersebut dalam bentuk NFT. Awalnya ia hanya berswafoto setiap hari sejak 2017 (ketika ia lulus dari Sekolah Menengah Kejuruan). Foto-foto tersebut akan ia gunakan sebagai video time-lapse, mulai dari ketika ia lulus Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dan akan ia akhiri ketika ia lulus kuliah menggunakan toga. Ghozali tidak pernah menyangka bahwa foto-foto selfienya yang ia jual dalam bentuk NFT akan membuatnya menjadi

seorang milyarder. Faktanya, merespons orang-orang yang membeli foto selfinya, Ghozali men-tweet, "... Saya tidak mengerti mengapa Anda mau membeli NFT foto-foto saya."

Oleh karena itu, ketika Ghozali bisa meraup miliaran rupiah hanya dengan menjual foto-foto selfinya, muncul sebuah pertanyaan besar: mengapa dan bagaimana itu bisa terjadi. Kedua pertanyaan ini memicu pertanyaan-pertanyaan lain: apakah orang lain mengikuti jejak atau mereplikasi Ghozali untuk mendapatkan penghasilan miliaran rupiah dengan menjual foto-foto selfinya? Atau, fenomena ini hanya akan terjadi pada Ghozali dan tidak akan pernah terjadi pada orang lain yang ikut-ikutan mengikuti caranya? Bagaimana secara teoretis pengalaman empiris Ghozali ini bisa dijelaskan?

Dengan menggunakan metode netnografi dan analisis statistik sederhana, penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di atas. Sejauh yang peneliti ketahui, kasus Ghozali ini belum pernah diteliti. Oleh karena itu, penelitian mengenai NFT Ghozali Everyday ini akan menambah satu lagi riset terkait NFT yang masih sangat langka. Di sisi lain, penelitian ini tentu saja akan membuka peluang riset baru yang lain, khususnya riset mengenai kasus empiris NFT.

KAJIAN LITERATUR

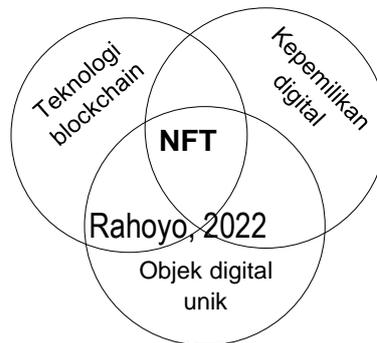
NFT (Non-Fungible Token) adalah unit data atau token unik, didasarkan pada kode program dan disimpan di blockchain. Karena sifat uniknya ini, NFT bisa digunakan untuk mencatat, memverifikasi, dan melacak kepemilikan aset digital (Fernandez, n.d.; Mazur, 2021). Namun demikian, ide mengenai NFT sebenarnya telah ada sebelum kelahiran teknologi blockchain itu sendiri. Begitupun, teknologi blockchain yang merupakan dasar bagi bitcoin merupakan teknologi pertama yang menyediakan infrastruktur yang aman dan terdesentralisasi untuk nilai digital yang tidak bisa dipertukarkan (non-fungible digital value) (Mukhopadhyay & Ghosh, 2021). Oleh karena sifat uniknya tersebut, NFT juga tidak bisa saling-dipertukarkan (Nadini et al., 2021; Pelechrinis et al., 2022; Pinto-Gutiérrez et al., 2022). Sifat NFT yang tidak bisa saling-dipertukarkan ini menjadi pembeda utama antara NFT dan mata uang kripto (crypto currencies), seperti Bitcoin dan Ethereum. Mata uang-mata uang ini bersifat bisa dipertukarkan (fungible) (Borri et al., 2022; Pinto-Gutiérrez et al., 2022). Akan tetapi, baik NFT, Bitcoin maupun Ethereum semuanya didasarkan pada teknologi blockchain. NFT bisa dianalogikan sebagai sertifikat kepemilikan aset hanya saja dalam dunia digital (Nadini et al., 2021). Oleh karena itu, NFT sekaligus merepresentasikan aset-aset digital yang disimpan di blockchain (Pelechrinis et al., 2022). Aset-aset digital yang bisa diubah ke dalam bentuk NFT antara lain seni visual, musik dan rekaman, games atau permainan, real estate virtual, dan bahkan binatang piaraan virtual (Mukhopadhyay & Ghosh, 2021; Pinto-Gutiérrez et al., 2022).

Awal penggunaan NFT untuk pencatatan seni digital bisa dirujuk ke Monegraf, sistem berbasis blockchain untuk memverifikasi otentisitas karya-karya seni. Sistem ini diciptakan oleh Anil Dash dan Kevin McCoy pada bulan Mei 2014 (Davis, 2021). Dash, yang berkolaborasi dengan McCoy, seorang seniman digital, merasa prihatin atas fakta bahwa jutaan seniman dan para penggemarnya secara masif membagikan image, foto dan video tanpa memberikan kompensasi apa pun kepada pemiliknya. Ide dasarnya adalah bahwa teknologi harus memungkinkan para seniman mengontrol, menjual karyanya dengan lebih mudah, dan melindungi karya-karya mereka dari penggunaan ilegal. Sistem ini dinamakan grafis yang dimonetisasi (monetized graphics).

Secara teknis, teknologi blockchain bisa mengelola sebuah NFT karena adanya kontrak cerdas (smart contract). Regner (2019) mengatakan, teknologi blockchain merupakan inovasi radikal yang berpotensi menantang atau bahkan menggantikan model-model bisnis yang ada di mana inovasi model bisnis ini akan sepenuhnya mengandalkan pihak ketiga (von Wachter et al., 2022)(Regner et al., 2019). Secara lebih spesifik, kontrak cerdas merupakan dasar bagi blockchain untuk mengelola NFT (Pelechrinis et al., 2022). Kontrak cerdas tersebut sekaligus merupakan kemajuan bagi teknologi blockchain generasi kedua (diperkenalkan tahun 2014) dibandingkan dengan generasi pertama (diperkenalkan tahun 2008). Bila blockchain bisa dianalogikan sebagai buku besar (ledger) yang digunakan untuk mencetak (minting), menyimpan, dan mentransfer NFT (Mazur, 2021); kontrak cerdas merupakan sebuah tempat untuk menyimpan setiap kode yang dihasilkan setiap kali terjadi pencetakan, penyimpanan, dan pentransferan NFT (Pelechrinis et al., 2022). Kecanggihan kontrak cerdas memungkinkan kepemilikan NFT bisa ditelusuri. Secara umum bisa dikatakan bahwa kontrak cerdas pada teknologi blockchain berfungsi untuk mengotomatisasi logika-logika bisnis (Ante, 2021). Melalui kontrak cerdas, seluruh logika bisnis bisa ditempatkan dan diimplementasikan secara desentralisasi. Alhasil, semua pengguna blockchain bisa menciptakan (create) dan mengerahkan (deploy) program-program pada infrastruktur global (Regner et al., 2019).

Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa NFT pada dasarnya adalah interseksi antara tiga aspek, yaitu objek digital unik, kepemilikan digital, dan teknologi blockchain. Secara diagramatis interseksi ini bisa digambarkan sebagai berikut.

Gambar 1. Interseksi NFT



Pasar NFT

Bisa dikatakan bahwa pasar NFT baru dimulai tahun 2014, yaitu ketika Dash dan McCoy meng-NFT-kan karya seni digital. Sejak saat itu, pasar NFT perlahan-lahan tumbuh (Davis, 2021). Pertumbuhan itu mencapai puncaknya pada tahun 2017 dengan suksesnya proyek NFT CryptoKitties (Ante, 2022). Namun, dari tahun 2017–2020 ukuran pasar NFT relatif stabil dengan nilai penjualan rata-rata US\$60.000 (Nadini et al., 2021). Pasar NFT mengalami geliat terkuatnya tahun 2021. Dari sisi volume transaksi, pasar NFT tahun 2021 sebenarnya lebih kecil dibandingkan dengan volume transaksi tahun 2017. Namun, dari sisi nilai transaksi, perdagangan NFT tahun 2021 jauh lebih besar dibandingkan dengan tahun 2017. (Kapoor et al., 2022). Bahkan, nilai keseluruhan perdagangan empat bulan pertama tahun 2021 mencapai US\$2 miliar. Nilai ini ekuivalen dengan sepuluh kali lipat nilai perdagangan tahun 2020 (Nadini et al., 2021). Pada tahun 2021, beberapa NFT tercatat terjual dengan harga yang mencengangkan, misalnya NFT Disaster Girl yang terjual US\$495.000; tweet pertama CEO Twitter Jack Dorsey yang terjual US\$2,9 juta; dan yang paling spektakuler adalah NFT The First 5000 days milik seniman Buzzy Mike Winkelmann atau Beeple yang terjual US\$69 juta.

NFT diperdagangkan melalui marketplace. Beberapa marketplace bisa disebut misalnya OpenSea, Rarible, SuperRare, Nifty Gateway, dan Foundation. Namun demikian, dari beberapa marketplace yang disebutkan di atas, OpenSea merupakan marketplace NFT terbesar dan terpopuler dengan pengguna kurang lebih sebanyak 300.000 (Kapoor et al., 2022).

Yang menarik adalah, Disaster Girl yang terjual US\$495.000 atau bahkan The First 5000 Days-nya Beeple yang terjual US\$6,9 juta, file gambar-gambarnya sendiri bisa dengan mudah dilihat, diunduh, dan disimpan lewat internet. Demikian juga, dalam konteks ini, NFT Ghazali Everyday. Foto-foto selfie Ghazali bisa dengan mudah diunduh lewat Internet. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila terdapat setidaknya-tidaknya 3 akun palsu Ghazali Everyday. Hal ini terjadi karena para pemalsu bisa dengan mudah

mengunduh seluruh foto selfie Ghozali yang berjumlah 933 tersebut, menamai ulang foto-foto tersebut seolah-olah foto asli, mengubahnya menjadi NFT dan kemudian memperdagangkannya di marketplace Opensea.

Jadi, apa yang membuat sebuah NFT memiliki nilai? Apakah objeknya itu sendiri yang membuatnya bernilai? Menurut (Pinto-Gutiérrez et al., 2022), NFT merupakan sebuah aset yang sulit dinilai. Contohnya adalah NFT Disaster Girl, yang terjual US\$495.000 tersebut. Fotonya sendiri juga bisa dengan mudah dicari dan diunduh lewat Internet. Lantas, mengapa orang mau membeli foto tersebut seharga US\$495.000? Bahkan untuk sebuah koleksi NFT yang sama, nilai jual masing-masing objek pun bisa sangat berbeda. Dalam kasus NFT Ghozali Everyday, NFT-NFT tertentu (berdasarkan harga jual terakhir) hanya dihargai 0.001 Eth atau ekuivalen dengan US\$1,8; tetapi NFT yang lain dalam koleksi yang sama terjual 1.2 Eth atau ekuivalen dengan US\$2,160.

Akan tetapi, kelangkaan suatu NFT selalu menjadi daya tarik bagi para kolektor NFT. Mekachera (2022) menyimpulkan bahwa semakin langka suatu NFT (i) semakin tinggi harga jualnya, (ii) semakin jarang diperjual-belikan, (iii) semakin tinggi jaminan tingkat kembalian (return on investment)-nya dan (iv) semakin rendah tingkat risikonya (Mekacher et al., 2022). Menariknya, riset lain menemukan hal yang sebaliknya. Sebagai contoh, apa yang terjadi dengan NFT CryptoKitties. Token-token permainan (game) CryptoKitties yang paling sedikit (berarti paling langka) ternyata mengalami devaluasi atau penurunan nilai yang paling tinggi (Pinto-Gutiérrez et al., 2022).

Nadini (2021) berpendapat bahwa riwayat penjualan dan fitur visual suatu NFT bisa digunakan sebagai prediktor harga NFT tersebut (Nadini et al., 2021). Namun demikian, fakta empiris menunjukkan bahwa berdasarkan 280 sampel NFT Ghozali Everyday ditemukan sebanyak 18,57% NFT Ghozali Everyday dijual rugi padahal semua NFT yang dijual rugi tersebut memiliki riwayat penjualan yang baik dalam arti bahwa harga jual terakhir sebelum diperjualbelikan kembali nilai NFT tersebut di atas 0.001 Eth. Ini berarti bahwa riwayat penjualan juga bukanlah prediktor yang baik untuk menilai suatu NFT, setidaknya untuk kasus NFT Ghozali Everyday.

Mekacher (2022) memberikan estimasi kualitatif untuk harga NFT. Dengan menguji sebanyak 7.272 penjualan sekunder NFT Vpunk, ia menyimpulkan bahwa harga jual suatu NFT akan naik apabila terdapat peningkatan keterlibatan komunitas dan adanya peta jalan (roadmap) proyek NFT yang relevan (Mekacher et al., 2022). Sejalan dengan temuan Mekacher, penjualan pop yang terjadi pada NFT Ghozali juga sangat dipengaruhi oleh faktor komunitas. Namun demikian, terdapat faktor-faktor lain yang belum disebut dalam sejumlah penelitian tetapi ditemukan dalam kasus NFT Ghozali Everyday. Faktor-faktor tersebut adalah momentum, harga yang murah, dan promosi khususnya Twitter.

METODE PENELITIAN

Penelitian empiris mengenai NFT Ghozali Everyday ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, menggunakan metode netnografi. Penekanan dan tujuan penelitian kualitatif bukanlah mencari hubungan antar-variabel melainkan menemukan keunikan dan kedalaman dengan berfokus pada pertanyaan 'mengapa' dan 'bagaimana'. Penelitian kualitatif, dengan demikian, tidak berpretensi melakukan generalisasi.

Data dan sumber

Peneliti memperoleh data dan sumber dalam penelitian ini melalui metode netnografi dan dokumentasi. Metode netnografi adalah suatu metode yang memanfaatkan media Internet, menggunakan informasi yang tersedia secara publik di dalamnya, khususnya media sosial di mana di media sosial tersebut orang dengan bebas membagikan banyak informasi. Netnografi memungkinkan seorang peneliti mendapatkan jawaban-jawaban yang diharapkan dengan mendengarkan percakapan yang terjadi di halaman-halaman web, menganalisis perilaku dan opini para pengguna (Bakry, 2017). Untuk mendapatkan data dan sumber dengan metode netnografi ini, peneliti telah bergabung dengan grup Facebook NFT Indonesia sejak sekitar April 2022. Terlepas dari platform Facebook, informasi dan data diperoleh melalui YouTube (khususnya podcast) dan portal-portal berita.

Informasi mengenai Ghozali Everyday tersedia begitu melimpah di dunia maya. Informasi yang melimpah ini menjadi dokumen sebagai sumber data lain dalam penelitian ini. Wawancara dengan Ghozali tidak dilakukan mengingat telah begitu banyak informasi tentang objek penelitian ini dalam dunia virtual.

Untuk mendeskripsikan NFT Ghozali Everyday secara statistik, peneliti mengambil sampel sebanyak 280 NFT Ghozali Everyday secara acak (Ghozali_Ghozalu, 2022). Angka ini diperoleh dengan didasarkan pada rumus Slovin di bawah ini.

$$n = \frac{933}{1 + 933 (0,05^2)} \\ = 279.96 \text{ dibulatkan menjadi } 280.$$

Untuk memastikan distribusi dan memfasilitasi pengambilan sampel secara merata dari NFT Ghozali_Ghozalu#1 sampai Ghozali_Ghozalu #933, sebelum mengakses setiap sampel, peneliti membagi rentang pengambilan sampel dari 0–50, 51–100, ..., 900–950. Dengan pembagian ini diperoleh kelompok rentang sebanyak 19 kelompok. Dengan demikian, banyaknya sampel dari setiap rentang bisa diperoleh dengan cara 280 sampel: 19 kelompok rentang. Hasilnya, 14,7 dibulatkan menjadi 15.

Pengambilan sampel secara acak tidak dilakukan langsung di marketplace OpenSea karena cara tersebut akan sangat sulit dan membuang banyak waktu. Untuk menyasati hal ini, peneliti lebih dulu menentukan secara acak nomor-nomor dari masing-masing kelompok rentang. Misalnya pada kelompok rentang 550 – 600, penulis secara acak menulis 15 angka yang ada di kelompok rentang tersebut. Terpilihlah angka 552, 555, 566, 591, dst. Setelah nomor-nomor sampel tersebut terpilih, barulah peneliti membuka satu per satu nomor sampel di marketplace OpenSea. Misalnya, untuk mengetahui detil NFT Ghozali_Ghozalu 552; peneliti tinggal mengetiknya di fasilitas mesin pencarian yang disediakan marketplace OpenSea: Ghozali_Ghozalu #552. Maka akan tampil NFT Ghozali_Ghozalu #552 dengan record pemilik terakhirnya, berapa kali terjadi transfer kepemilikan, harga jual terakhir, dsb. Data hasil pencarian tersebut peneliti catat di file excel untuk kemudian dioleh lebih lanjut.

Peneliti harus berhati-hati ketika meng-klik NFT Ghozali_Ghozalu dengan nomor tertentu karena untuk NFT Ghozali_Ghozalu #552 misalnya, Opensea akan menampilkan 4 NFT dengan foto yang sama. Ini berarti bahwa foto Ghozali_Ghozalu #552 telah dikloning sebanyak 3 kali. Untuk memastikan bahwa sampel yang dipilih adalah benar-benar NFT milik Ghozali, peneliti memverifikasinya melalui dua langkah. Pertama, NFT-nya bernama Ghozali Everyday bukan Everyday of Ghozali, Ghozaliz Everyday, atau Ghozali Everyday Indonesia. Ketiga nama NFT terakhir adalah NFT hasil kloning atau palsu. Kedua, NFT asli Ghozali Everyday memiliki catatan transaksi di Opensea. NFT-NFT hasil kloning dari NFT Ghozali_Ghozalu juga ditawarkan di Opensea; tetapi (hampir) semua NFT tersebut tidak laku dan hanya memiliki catatan ditawarkan (listing).

Proses Analisis

Selain yang terkait dengan statistik deskriptif, proses analisis pada dasarnya telah dilakukan sebelum peneliti menulis proposal penelitian ini, yaitu dengan browsing dan membaca hal-hal terkait kasus Ghozali Everyday, baik berita, senarai, jurnal ilmiah maupun buku. Pada tahap ini, senarai wawancara Ghozali dengan Dedy Corbuzier peneliti transkrip, berita-berita yang terkait dengan Ghozali Everyday peneliti copy paste dan dijadikan satu file. Peneliti juga men-screenshot percakapan-percakapan di grup Facebook NFT Indonesia yang dinilai relevan.

Semua informasi dan data yang peneliti peroleh lewat internet tersebut diprint dan baru dianalisis. Analisis dilakukan dengan cara menentukan kata-kata kunci dari dari berbagai sumber di atas, memberikan kode, mencari polanya, mencari hubungan, membuang yang tidak perlu, disintesa, dan setelah itu baru disimpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Koleksi NFT yang diperjualbelikan oleh Sultan Gustaf Al Ghozali di marketplace OpenSea diberi nama Ghozali Everyday. Di dalam koleksi Ghozali Everyday tersebut terdapat 933 NFT. Masing-masing NFT diberi nama Ghozali_Ghozalu diikuti nomor urutan item. Dengan demikian, NFT pertama diberi nama Ghozali_Ghozalu #1; dan yang terakhir diberi nama Ghozali_Ghozalu #933.

Statistik Deskriptif

Berdasarkan 280 sampel NFT yang diambil secara acak dari koleksi Ghozali Everyday diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 5.1
Nilai Rata-rata Berbagai Aspek NFT Ghozali Everyday

	NILAI	KETERANGAN
Rata-rata harga jual terakhir (eth)	0.25	Harga terendah: 0,001 eth, harga tertinggi 1,2 eth.
Rata-rata aktivitas terakhir NFT	6,59 bulan lalu	Jenis aktivitas: transfer, listing. Aktivitas terakhir paling lama 7 bulan lalu, paling cepat 1 bulan lalu
Rata-rata transfer kepemilikan NFT	3,39	Masing-masing NFT mengalami transfer kepemilikan sebanyak 2,39 kali, paling banyak 6 kali dan paling sedikit 2 kali.

Tabel 5.1 menunjukkan nilai rata-rata terkait tiga aspek NFT Ghozali_Ghozalu. Pertama, rata-rata harga jual terakhir. Harga jual terakhir merujuk pada harga jual di mana NFT Ghozali_Ghozali laku terjual (sale) dan bukan ditawarkan (list). Rata-rata harga jual NFT Ghozali_Ghozalu adalah 0.25 eth atau sekitar US\$460 (dengan kurs 1 eth = US\$1.840,77). Angka ini setara dengan Rp6.670.000 (dengan kurs Rp14.500). Harga jual tertinggi tercatat 1,2 eth (setara dengan US\$2.088,92 atau Rp30.289.340) sedangkan harga jual terendah tercatat 0,001 eth (setara dengan US\$1,84 atau Rp26.680). Tabel 5.2 menunjukkan detail variasi harga NFT Ghozali Everyday. Dari data Tabel 5.2 tercatat bahwa 24% lebih dari NFT Ghozali Everyday terjual dengan harga terakhir 0,001 eth. Besar kemungkinan hal ini menunjukkan bahwa 24% lebih dari NFT Ghozali Everyday hanya satu kali berpindah tangan, yaitu dari Ghozali ke pembeli pertama (pasar primer). Yang menarik, walaupun kecil yaitu sekitar 18,57%, ternyata ada juga pemilik yang menjual kembali NFT Ghozali Everyday dengan harga jual lebih rendah daripada harga belinya atau dijual rugi (Tabel 5.4).

Kedua, rata-rata aktivitas terakhir NFT adalah 6,59 bulan yang lalu sejak peneliti terakhir mengakses NFT Ghozali Everyday, yaitu pada 17-18 Agustus 2022. Angka ini menunjukkan kapan terakhir kali terdapat aktivitas NFT Ghozali Everyday. Aktivitas yang dimaksud adalah sebagian terbesar merupakan transfer (berpindah tangan baik di pasar primer maupun di pasar sekunder) dan sebagian amat kecil berupa penawaran (listing). Tabel 5.3 melengkapi detail angka aktivitas terakhir NFT Ghozali Everyday ini. Dari tabel 5.3 terlihat bahwa sebagian besar (84,64%) aktivitas terakhir NFT Ghozali Everyday terjadi tujuh bulan lalu sedangkan yang tercatat kurang dari 1 bulan lalu hanya 0,36%. Data ini menggambarkan secara jelas bahwa sejak NFT Ghozali Everyday terjual habis dan menjadi buah bibir masyarakat pada bulan Januari 2022, sebagian terbesar dari NFT tersebut tidak lagi bergerak (ditawarkan, laku, atau berpindah tangan).

Ketiga, rata-rata transfer kepemilikan NFT Ghozali Everyday tercatat 3,39. Artinya, apabila Ghozali sebagai kreator NFT Ghozali Everyday adalah pemilik pertama, angka 3,39 menunjukkan bahwa masing-masing NFT Ghozali Everyday secara rata-rata mengalami transfer kepemilikan sebanyak 2,39 kali. Tabel 5.5 secara lebih rinci menguraikan transfer kepemilikan ini. Dari seluruh NFT Ghozali Everyday, sebagian besar (41,43%) hanya 3 kali mengalami transfer kepemilikan, yaitu dari Ghozali sebagai kreator ke pembeli pertama (pasar primer) dan selanjutnya ke pembeli kedua (pasar sekunder). Hanya sebagian sangat kecil (0,71%) NFT Ghozali Everyday yang mengalami 6 kali transfer kepemilikan, yaitu dari Ghozali sebagai kreator ke pembeli pertama (pasar primer), pembeli kedua sampai dengan pembeli kelima (pasar sekunder). Apabila transfer kepemilikan menjadi tolok ukur intensitas aktivitas perdagangan NFT di marketplace, angka 0,71% menunjukkan bahwa hanya sebagian sangat kecil dari NFT Ghozali Everyday yang mengalami perputaran cepat di perdagangan NFT. Selanjutnya, terdapat 17,86% dari total NFT Ghozali Everyday yang hanya sekali mengalami transfer kepemilikan, yaitu dari Ghozali ke pembeli pertama. Apakah ini berarti bahwa 17,86% dari NFT Ghozali Everyday tersebut langsung jatuh ke tangan kolektor yang tidak bermaksud memperjualbelikan NFT yang diperolehnya atau fakta ini memberi petunjuk bahwa perputaran NFT Ghozali Everyday di pasar memang lambat, perlu studi lebih lanjut.

Tabel 5.2
 Harga Jual Terakhir NFT Ghozali Everyday
 (di Atas 1%)

HARGA JUAL	PERSENTASE	HARGA JUAL	PERSENTASE
0.001	24,29	1	1,79
0.2	5	0.08	1,43
0.15	3,57	0.09	1,43
0.1	3,21	0.3	1,43
0.35	2,5	0.33	1,43
0.4	2,5	0.058	1,07
0.25	2,14	0.059	1,07
0.65	2,14	0.06	1,07
0.21	1,79	0.18	1,07
0.22	1,79	0.32	1,07
0.5	1,79	0.7	1,07
0.69	1,79	0.88	1,07

Sumber: data primer diolah peneliti, 2022

Tabel 5.3
 Aktivitas Terakhir NFT Ghozali Everyday

AKTIVITAS TERAKHIR	PERSENTASE
7 bulan lalu	84,64
6 bulan lalu	5,71
5 bulan lalu	2,86
4 bulan lalu	2,14
3 bulan lalu	2,14
2 bulan lalu	0,71
1 bulan lalu	1,43
<1 bulan lalu	0,36

Sumber: data primer diolah peneliti, 2022

Tabel 5.4
 Harga Jual NFT Ghozali Everyday

HARGA JUAL TERAKHIR	PERSENTASE
Dijual di bawah harga beli	18,57
Dijual di atas harga beli	81,43

Sumber: data primer diolah oleh peneliti, 2022

Tabel 5.5
Transfer Kepemilikan NFT Ghozali Everyday

TRANSFER (kali)	PERSENTASE
6	0.71
5	14.29
4	25.71
3	41.43
2	17.86

Sumber: data primer diolah oleh peneliti, 2022

Hype Ghozali Everyday

Kesuksesan Sultan Gustaf Al Ghozali meraup uang miliaran rupiah melalui NFT yang dijualnya di marketplace OpenSea diawali ketika ia setiap hari membuat foto selfie dari tahun 2017.

Itu kan foto dari tahun 2017 setiap hari. Tujuannya untuk dijadiin video... kayak timelapse itu lho. Tahun pertama setiap hari satu foto, tahun kedua lupa 1 atau 2 hari. Tahun 2021 stop. (pengakuan Ghozali di Podcast Dedy Corbuzier, diakses 17 Januari 2022).

Jadi, sejak tahun 2017 Ghozali melakukan selfie setiap hari. Foto selfie itu ia lakukan di depan komputer dengan berbagai ekspresi, baju, dan gaya rambut. Sepanjang tahun 2017 tersebut setiap hari ia tidak lupa melakukan selfie. Sedangkan tahun 2018 (tahun kedua) ada hari-hari ia lupa melakukan selfie, 1 atau 2 hari. Akan tetapi, Ghozali tetap ingat bahwa ia bermaksud berfoto selfie setiap hari. Oleh karena itu, sekalipun sempat lupa, ia kembali berfoto setiap hari. Ghozali berhenti melakukan selfie tahun 2021. Total foto selfie yang dihasilkan adalah sebanyak 933 foto.

Tujuan pertama-tama Ghozali melakukan selfie tersebut sebenarnya adalah untuk dijadikan video, semacam timelapse. Video tersebut akan bercerita mengenai perubahan Ghozali dalam rentang waktu 2017 (ketika ia lulus SMK) sampai dengan ketika ia memakai toga (ketika ia lulus kuliah).

Ghozali menjual foto-foto tersebut sebagai NFT (nonfungible token) awalnya hanya iseng atau coba-coba.

NFT itu yang dipasarkan hanya 3D, ilustrasi. Misalnya ada seorang kolektor, dia koleksi gambar monyet, cupang, terus ada muka saya kan lucu.... Waktu (promo) di tweeter aku nulis begini 'hii aku ngupload foto selfie di opensea lol'. (pengakuan Ghozali di sinjar Dedy Corbuzier, diakses 17 Januari 2022)

Berdasarkan pengakuan Ghozali di sinjar di atas tampak bahwa sebenarnya Ghozali hanya coba-coba atau iseng ketika menjadikan foto-foto selfie-nya tersebut sebagai NFT.

la hanya melihat bahwa NFT biasanya berisi gambar-gambar 3D atau ilustrasi dan belum ada foto selfie yang dijadikan NFT. Iseng atau coba-coba ini semakin kelihatan dengan pernyataan dia ketika melakukan promosi di tweeter. Ghozali menggunakan istilah laugh of loud (lol) untuk mengungkapkan bahwa ia hanya membuat lelucon dengan NFT-nya tersebut.

Oleh karena itu, ketika ternyata NFT-nya tersebut laku, Ghozali mengatakan, “Saat hari pertama ada yang beli di tweeter itu saya kaget. Kok ada yang mau beli foto saya.”

Dalam hal objek NFT, kasus Ghozali ini sangat berbeda dengan seorang kreator yang masuk dunia NFT bukan karena iseng-iseng atau coba-coba. Mereka benar-benar memikirkan (mengonsep) gambar atau objek yang akan mereka ciptakan dan jual sebagai NFT. Bahkan, di grup Facebook NFT Indonesia, terlihat bahwa para kreator NFT tidak asal-asalan menciptakan objek melainkan bahkan harus memiliki roadmap.

Bahan Candaan

Apa pun alasan dan motivasi Ghozali menjual foto-foto selfie-nya sebagai NFT, faktanya foto-foto tersebut memang laku. Saat pertama kali foto-foto tersebut dijual tanggal 10 Januari 2022, harga terendah (floor price) tercatat 0,001 Eth atau US\$3 atau setara Rp43.500 (dengan kurs Rp14.500). Tiga hari kemudian atau tanggal 13 Januari 2022, floor price untuk NFT Ghozali telah meningkat pesat menjadi 0,3 Eth atau sekitar US\$986 atau setara Rp14.300.000 (dengan kurs yang sama, Rp14.500) (www.merdeka.com; www.cnbcindonesia.com diakses 3 Februari 2022).

Orang pertama yang membeli NFT Ghozali ialah Jeyjo dan kawan-kawan di grup NFT Siberkok (grup pemain NFT untuk orang Indonesia). Pada hari pertama Ghozali menjual NFT-nya tersebut, total NFT yang terjual sebanyak 33 foto.

Apa yang mendasari atau melatarbelakangi Jeyjo dan kawan-kawannya di grup NFT membeli NFT Ghozali? Arnold Poernomo bercerita seperti berikut ini dalam siniar Dedy Corbuzier.

Kita awalnya becandaan di grup... awalnya gue gak mau beli. Tapi teman-teman terus bilang ‘loe harus beli’... Gue bilang, ‘Ya udahlah beli, berapa sih? 3 dollar kan? Ya udah kita beli untuk memberkati Ghozali... di Indonesia yang beli gak banyak. Yang banyak beli orang Singapore, China... gue bilang di grup ‘kita membeli ini untuk memberkati Ghozali. He will retire and pay his college. The world pay and support Ghozali.’

Berdasarkan pernyataan Arnold Poernomo di atas bisa disimpulkan bahwa awalnya Arnold pun tidak mau membeli foto Ghozali. Foto-foto itu hanya dipakai sebagai bahan candaan di dalam grup. Arnold kemudian “terpaksa” membeli karena teman-teman di dalam grup mendesaknya untuk membeli. Maka, karena harganya hanya 3 dolar per foto, Arnold pun membelinya. Tidak cukup berhenti di situ. Arnold bahkan mempromosikan foto-foto

Ghozali tersebut di grup NFT di mana anggota-anggotanya adalah orang asing. Arnold tidak menyatakan bahwa foto Ghozali bagus, unik, dan seterusnya dalam mempromosikan foto-foto Ghozali. Ia mengatakan, "Kita membeli ini untuk memberkati Ghozali. Ia akan pensiun dan membiayai kuliahnya. Dunia membiayai dan mendukung Ghozali."

Dari pengakuan Arnold Poernomo tersebut, sama sekali tidak terungkap bahwa orang-orang yang membeli foto-foto karya Ghozali karena foto tersebut unik, bagus, punya utilitas, dan alasan-alasan rasional lainnya.

Penghasilan Ghozali

Hingga tanggal 17 Januari 2022 ketika Ghozali diwawancarai di siniar Dedy Corbuzier, total uang yang diperoleh Ghozali adalah sebesar Rp1,7 miliar. Uang tersebut berasal dari dua sumber: pertama, penjualan NFT dan kedua, royalty. Sebagai kreator, Ghozali mendapatkan uang dari penjualan NFT-nya sebesar 933 buah x \$3 = \$2.799 atau sekitar Rp40.585.500 (dengan kurs Rp14.500). Sedangkan Rp1,5 miliar selebihnya merupakan royalty yang dia terima. Sebagai kreator, Ghozali berhak mendapatkan royalty sebesar 10% x harga jual dari setiap NFT-nya yang diperjual-belikan oleh orang lain. Dengan demikian, secara kasar bisa dihitung bahwa nilai penjualan NFT Ghozali yang dilakukan oleh orang kedua dan seterusnya adalah sebesar $(100:10\%) \times \text{Rp}1,5 \text{ miliar} = \text{Rp}15 \text{ miliar}$.

Penghasilan Ghozali ini sesungguhnya bisa jauh lebih besar apabila (1) umur aktif NFT panjang. Tabel 5.1 menunjukkan bahwa umur NFT Ghozali hanya kurang lebih 1 bulan. (2) NFT semakin sering mengalami transfer kepemilikan atau terjual. Tabel 5.1 menunjukkan bahwa NFT Ghozali Everyday hanya 2,39 kali laku. (3) Harga penjualan NFT Ghozali Everyday semakin mahal. Tabel 5.1 menunjukkan bahwa rata-rata harga jual terakhir NFT Ghozali 0,25 eth.

Pembahasan

Ghozali yang bisa meraup uang sebesar Rp1,7 miliar hanya dengan menjual foto-foto selfie dalam bentuk NFT menimbulkan sebuah pertanyaan besar: bagaimana hal itu bisa terjadi? Mungkinkah hal itu bisa terjadi berulang? Bisakah orang lain juga mendapatkan keuntungan yang sama dengan sama-sama menjual foto-foto NFT seperti Ghozali?

NFT merupakan token kriptograf yang mewakili suatu barang yang dianggap unik. Analog dengan barang seni yang memiliki sertifikat, NFT adalah sertifikat barang seni tersebut hanya saja dalam bentuk digital. Seperti halnya antara barang seni dan sertifikatnya di dunia fisik; yang menentukan nilai dan harganya adalah barang seninya bukan sertifikatnya. Sertifikatnya sendiri tidak memiliki nilai. Kalaupun sertifikat tersebut

bisa diperjual-belikan dalam harga tinggi, itu bukan karena sertifikatnya bernilai tinggi melainkan karena barang seni yang diwaliki oleh sertifikat tersebutlah yang bernilai tinggi.

Dalam konteks NFT, sebagaimana diungkapkan oleh Ketua Umum Asosiasi Pedagang Aset Kripto Indonesia, Teguh Kurniawan; nilai NFT ditentukan oleh tiga hal, yaitu (1) rarity (kelangkaan), (2) storytelling (cerita di balik barang yang di-NFT-kan) dan (3) utility (manfaat). Kelangkaan merujuk pada keunikan. Unik tidak selalu berarti bahwa objek NFT tidak ada yang menyamai. Misalnya, gambar monyet atau ikan cupang. Kreator NFT yang menjual gambar monyet atau ikan cupang banyak. Kelangkaan atau keunikan merujuk pada apakah ada sesuatu yang berbeda yang menjadi daya tarik dari suatu gambar atau karya NFT dibandingkan dengan gambar atau karya yang lain sejenis.

Pertanyaannya, apakah foto-foto Ghozali memenuhi syarat kelangkaan ini? Wajah Ghozali secara pribadi tentu saja “tidak ada duanya”. Tetapi, fakta tersebut tidak cukup kuat dijadikan dasar untuk menyatakan bahwa foto Ghozali memenuhi syarat kelangkaan. Terbukti, sebagaimana diungkapkan oleh Arnold Poernomo, anggota grup Siberkok membeli foto-foto Ghozali hanya untuk lucu-lucuan bukan karena pada foto-foto tersebut terdapat unsur yang unik, menarik.

Apalagi bila foto-foto Ghozali tersebut dikaitkan dengan aspek manfaat atau utility. CEO Kolektibel, Pungkas Riandika secara eksplisit mengemukakan bahwa foto-foto Ghozali tidak memiliki utility yang kuat (Kumparan, 2022). Kalaupun ada unsur yang kemungkinan membuat foto-foto selfie Ghozali sebagai NFT laku adalah storytelling sekalipun hal ini pun bisa diperdebatkan. Tidak setiap orang mampu dan telaten berfoto setiap hari selama empat tahun. Inilah storytelling-nya. Akan tetapi, apakah hal tersebut juga merupakan usaha yang luar biasa sehingga memang layak diganjar Rp1 miliar lebih?

Mencari penjelasan bagaimana Ghozali bisa mendapatkan uang miliaran rupiah hanya dengan menjual foto-foto selfie dengan bertolak dari penjelasan umum laku-tidaknya suatu NFT tidak akan memberikan jawaban yang memuaskan. Faktanya, NFT Ghozali hanya ramai dan laku pada bulan pertama setelah di-listing (lihat Tabel 5.3). Setelah itu, NFT Ghozali mandeg. Ini berarti bahwa fenomena Ghozali hanya bersifat pop, meledak di awal tetapi setelah itu mati.

Jadi, apa yang membuat pop sale NFT Ghozali tersebut? Setidak-tidaknya terdapat 4 (empat) faktor yang mempengaruhinya, yaitu (1) komunitas, (2) momentum, (3) harga murah, dan (4) promosi.

Komunitas

Komunitas menjadi penentu sebuah NFT akan laku atau tidak terlepas dari apakah NFT itu punya utility, rarity atau tidak. Sebagaimana secara eksplisit diceritakan oleh Arnold Poernomo, NFT Ghozali terjual habis di komunitas Siberkok. Setelah itu, oleh Arnold, NFT

Ghozali di-endorsed atau digoreng di grup NFT lain oleh Arnold Poernomo di mana anggota NFT ini adalah orang-orang luar negeri.

Peran penting komunitas bagi NFT terekam pula dalam percakapan di grup Facebook NFT Indonesia. Ketika menanggapi postingan yang berisi permintaan saran agar NFT yang dibuatnya laku terjual (percakapan di grup Facebook NFT Indonesia), Binkalogi Nft mengatakan:

Jangan gabung di grup ini Om. Saran saya, gabung ke komunitas yang laku-laku. Di grup udah ada yang ngaku kok mereka buy antaranggota di komunitas. Makanya, kalau gak masuk komunitas, ga usah iklanlah, dicuekin dan gak dibeli juga.

Komunitas menjadi infrastruktur penting agar sebuah NFT laku!

Momentum

Ada faktor lain yang tidak kalah penting daripada komunitas dalam kasus Ghozali Everyday, yaitu momentum. Sekurang-kurangnya terdapat dua momentum yang ikut menentukan sehingga NFT Ghozali Everyday menjadi fenomenal. Momentum pertama, pasar NFT merupakan pasar baru (emerging market). Sekalipun pasar NFT telah eksis sejak 2014 (Davis, 2021), pasar ini baru mengalami pertumbuhan secara eksponensial tujuh tahun kemudian, yaitu 2021 (Kapoor, et al., 2022). Hype pasar NFT yang baru terjadi tahun 2021 ini juga ditunjukkan oleh pesatnya peningkatan pembuatan akun NFT dan ramainya twit di akun Twitter. Kapoor menunjukkan bahwa pembuatan akun NFT pada kuartal pertama 2021 mendominasi jumlah keseluruhan akun NFT yang ada, dan 60% dari seluruh akun NFT yang dibuat pada kuartal pertama tahun 2021 tersebut dibuat pada bulan Maret 2021. Sebagai pasar yang baru muncul, sangat logis bila pasar ini menarik perhatian banyak pihak. Ghozali menikmati momentum hype-nya pasar NFT ini.

Momentum kedua adalah terjualnya NFT Beeple seharga US\$69.000.000 (setara dengan Rp1 triliun lebih dengan kurs Rp14.500) (KASTRENAKES, 2021). NFT Beeple berisi kolase foto 5000 hari pertama yang dibuat oleh Mike Winkelmann, seorang designer grafis, animator, dan seniman digital Amerika. Penjualan itu terjadi bulan Oktober 2020. Di dunia NFT, Beeple tentulah menjadi perbincangan sangat hangat. Bagaimana mungkin kolase foto yang berjumlah 5000 buah itu bisa laku Rp1 triliun lebih?

Sebagaimana telah dijelaskan di atas bahwa anggota komunitas Siberkok membeli NFT Ghozali awalnya adalah sebagai bahan candaan. Candaan mereka secara eksplisit juga dengan spontan mengaitkan NFT Ghozali Everyday tersebut dengan Beeple. NFT Ghozali Everyday adalah Beeple-nya Indonesia. Momentum ini mendorong komunitas Siberkok membeli NFT Ghozali sekalipun bukan dengan maksud untuk investasi.

Harga Murah

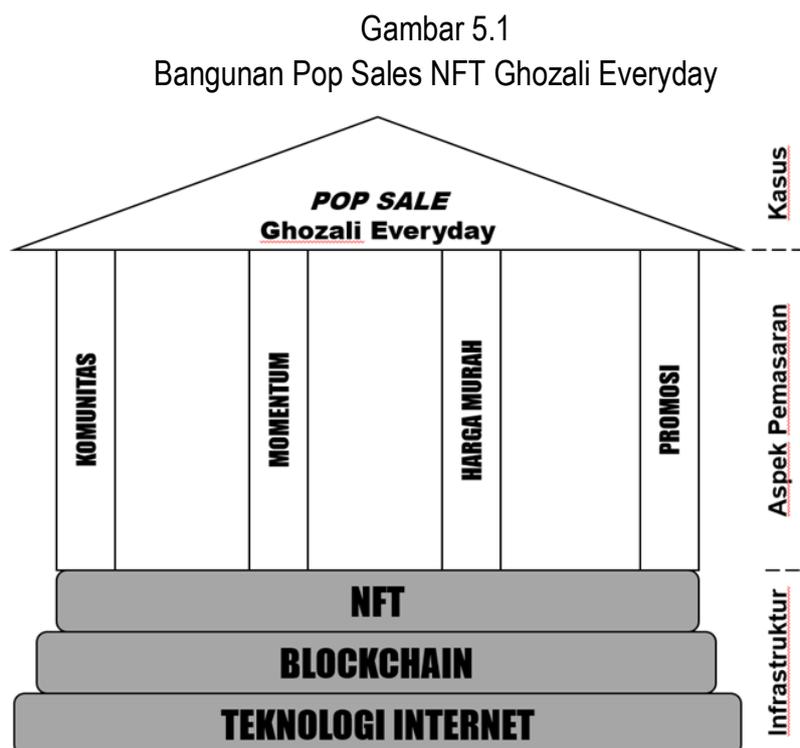
Faktor ketiga yang mempengaruhi NFT Ghozali terjual adalah harganya yang murah. Ghozali sengaja mematok harga terendah, yaitu \$3. Awalnya, dia memasang harga \$3 tersebut justru supaya orang tidak mau membeli NFT-nya. Dari sisi investasi, alasan Ghozali ini logis. Sebuah NFT dijual murah tentu karena tidak laku. Dengan demikian, apabila tujuan membeli NFT Ghozali adalah untuk investasi, tujuan itu menjadi salah.

Akan tetapi, karena anggota komunitas Siberkok membeli NFT Ghozali bukan untuk investasi melainkan untuk bahan candaan (Beeple-nya Indonesia), harga murah itu justru menjadi penentu.

Promosi

Tanpa disertai promosi, orang mustahil atau akan sangat sulit mengetahui bahwa ada NFT Ghozali Ghozali. Apalagi, Ghozali dengan sangat tepat memilih media sosial Twitter sebagai tempat promosinya. Kapoor dkk mencatat bahwa Twitter menguasai 70% lebih dari total traffic percakapan dari media sosial di marketplace OpenSea (Kapoor et al., 2022). Betapapun peran promosi dalam konteks NFT Ghozali ini hanya untuk memberi tahu adanya kolase 933 foto selfie Ghozali, peran promosi tidak bisa diabaikan.

Dengan demikian, secara diagramatis kasus terjadinya pop sale NFT Ghozali Everyday di atas bisa diringkas dalam gambar sebagai berikut.



Rahoyo, 2022

Fondasi utama dan pertama sehingga NFT Ghozali Everyday menjadi booming dan menjadikan Sultan Gustav Al Ghosali sebagai milyarder adalah ditemukannya teknologi blockchain. Teknologi blockchain sendiri bersandar pada teknologi internet. Tanpa teknologi blockchain, setidaknya-tidaknya hingga saat ini, NFT tidak akan muncul.

NFT memungkinkan terjadinya digital ownership. Tentu saja, objek yang menjadi kepemilikan tersebut juga dalam bentuk digital dan harus unik sehingga tidak akan tertukar dengan objek lain (unique digital object). Unique digital object dan digital ownership ini sekaligus menjadi fondasi layer kedua setelah teknologi blockchain dalam kasus Ghozali Everyday.

Selain dilandasi ketiga fondasi di atas, kasus Ghozali Everyday bisa terjadi karena ditopang oleh empat pilar, yakni komunitas, momentum, harga murah, dan promosi.

KESIMPULAN

Penjualan spektakuler NFT Ghozali Everyday yang terjadi awal tahun 2022 lalu hanya sebuah pop sales. Sebagai sebuah pop sales, penjualan tersebut memang terjadi sangat spektakuler, tetapi terjadi hanya sekali dan setelah itu tidak ada gaungnya lagi. Hal ini terekam dengan jelas pada data statistik bahwa 90% lebih NFT Ghozali Everyday sudah tidak aktif sejak 6 bulan lalu atau secara kasar bisa dikatakan bahwa umur NFT Ghozali Everyday hanya 2 bulan sejak dijual. Faktor yang membuat hype NFT Ghozali Everyday adalah komunitas, momentum, harga murah, dan promosi.

Dengan demikian, karena faktor momentum yang tidak akan terjadi dua kali, hampir bisa dipastikan mustahil kasus NFT Ghozali Everyday ini akan terulang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ante, L. (2021). Non-fungible token (NFT) markets on the Ethereum blockchain: Temporal development, cointegration and interrelations. *SSRN Electronic Journal*, 22, 1–23. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3904683>
- Ante, L. (2022). The Non-Fungible Token (NFT) Market and Its Relationship with Bitcoin and Ethereum. *FinTech*, 1(3), 216–224. <https://doi.org/10.3390/fintech1030017>
- BAKER, S. (2022). Indonesian student becomes rich overnight after selling a thousand SELFIES as NFTs for \$1MILLION. *MailOnline*. <https://www.dailymail.co.uk/news/article-10415017/Indonesian-student-rich-overnight-selling-thousand-SELFIES-NFTs-1MILLION.html>
- Bakry, U. S. (2017). Pemanfaatan Metode Etnografi dan Netnografi Dalam Penelitian Hubungan Internasional. *Jurnal Global & Strategis*, 11(1), 15. <https://doi.org/10.20473/jgs.11.1.2017.15-26>
- Borri, N., Liu, Y., & Tsyvinski, A. (2022). The Economics of Non-Fungible Tokens. *SSRN Electronic Journal*, March. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4052045>
- Davis, T. J. (2021). Influencing NFT Pricing on Secondary Markets : A case study of Vpunks. 1–8.
- Fernandez, P. (n.d.). No Title. Through the Looking Glass: Non-Fungible Tokens & Libraries. http://trace.tennessee.edu/utk_libfac/11
- Ghozali_Ghozalu. (2022). Ghozali Everyday. *Opensea*. <https://opensea.io/collection/ghozali-everyday>
- Irawan Sapto Adhi. (2022). Media Asing Ramai Beritakan Sosok Ghozali Everyday yang Mendadak Kaya Setelah Jual NFT Foto Selfie. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/global/read/2022/01/21/123000270/media-asing-ramai-beritakan-sosok-ghozali-everyday-yang-mendadak-kaya?page=all>
- Kapoor, A., Guhathakurta, D., Mathur, M., Yadav, R., Gupta, M., & Kumaraguru, P. (2022). TweetBoost: Influence of Social Media on NFT Valuation. In *Proceedings of ACM Conference (Conference'17)* (Vol. 1, Issue 1). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3487553.3524642>
- KASTRENAKES, J. (2021). Beeple sold an NFT for \$69 million. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2021/3/11/22325054/beeple-christies-nft-sale-cost-everydays-69-million>
- Mazur, M. (2021). Non-Fungible Tokens (NFT). The Analysis of Risk and Return. In *SSRN Electronic Journal* (Issue October). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3953535>
- Mekacher, A., Bracci, A., Nadini, M., Martino, M., Alessandretti, L., Aiello, L. M., & Baronchelli, A. (2022). How rarity shapes the NFT market. 1–24.

- <http://arxiv.org/abs/2204.10243>
- Mukhopadhyay, M., & Ghosh, K. (2021). Market Microstructure of Non Fungible Tokens. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3934676>
- Nadini, M., Alessandretti, L., Di Giacinto, F., Martino, M., Aiello, L. M., & Baronchelli, A. (2021). Mapping the NFT revolution: market trends, trade networks, and visual features. *Scientific Reports*, 11(1), 1–11. <https://doi.org/10.1038/s41598-021-00053-8>
- Pelechrinis, K., Liu, X., Krishnamurthy, P., & Babay, A. (2022). Spotting Anomalous Trades in NFT Markets: The Case of NBA Topshot. 1–14. <http://arxiv.org/abs/2202.04013>
- Pinto-Gutiérrez, C., Gaitán, S., Jaramillo, D., & Velasquez, S. (2022). The NFT Hype: What Draws Attention to Non-Fungible Tokens? *Mathematics*, 10(3). <https://doi.org/10.3390/math10030335>
- 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, 1–17.
- Siregar, K. (2022). Indonesian student millionaire who sold selfies as NFTs redeems US\$2,700 for now, plans more digital assets. CNA. <https://www.channelnewsasia.com/asia/indonesia-nft-selfies-millionaire-sultan-al-ghozali-redeem-2448016>
- The Philippine Star. (2022). Ghozali. The Philippine Star. <https://philstarlife.com/keywords?key=Ghozali>
- The Straits Times. (2022). Indonesian student's selfies fetch US\$1 million in NFT sales. The Straits Times. <https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/indonesian-student-s-selfies-fetch-us1-million-in-nft-sales>
- von Wachter, V., Jensen, J. R., Regner, F., & Ross, O. (2022). NFT Wash Trading: Quantifying Suspicious Behaviour in NFT markets. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4037143>