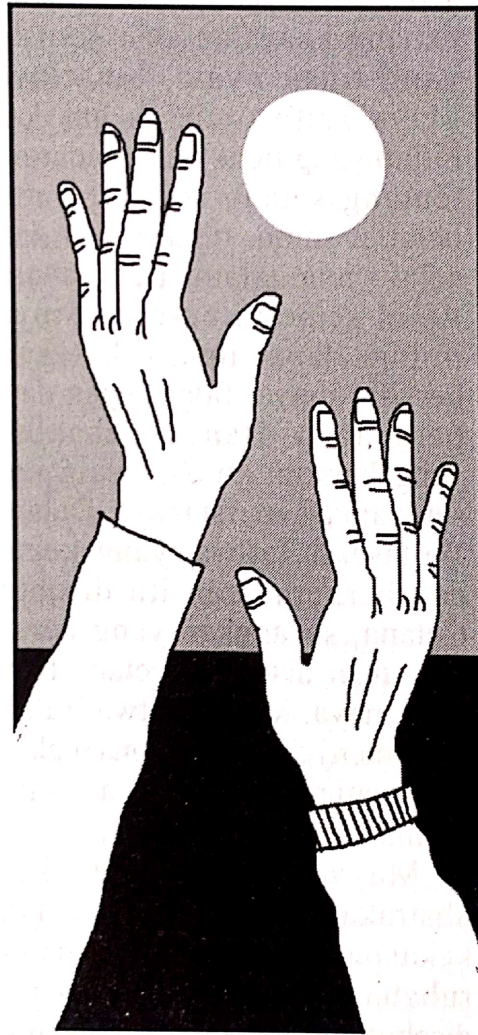


Founder atau Follower?

Jagat dunia maya sempat dihebohkan kemunculan Sultan Gustaf Al Ghozali. Pemuda kelahiran Semarang itu membuat banyak orang (nitizen) geleng-geleng kepala, bukan saja di Indonesia tetapi juga nitizen luar negeri. Bagaimana tidak. Ghozali, begitu ia suka dipanggil, sukses menjual foto *selfie* yang dikumpulkannya sejak 2017 hingga 2021 via Non Fungible Token (NFT) melalui OpenSea. *Kok* bisa?

Kesuksesan Ghozali bukan tanpa sebab. Ia nyatanya memang memiliki intuisi tajam mengendus keuntungan bermain media sosial (medsos). Bukan apa-apa. Menilik latar pendidikannya, Ghozali sendiri adalah mahasiswa Jurusan Animasi (D IV) tingkat akhir Universitas Dian Nurwastoro (Udinus) Semarang. Ia melanjutkan minatnya sejak SMKN 5 Semarang Jurusan Teknik Komputer dan Jaringan. Selain itu, ia juga memperkuat minatnya dengan mengambil Program Graphic Design Junior di Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja. Bahkan ia juga mendalami 3D Game Asset Creation, 3D Animation Production dan Motion Graphics di Studi Independent Agate Academy (2021-2022).

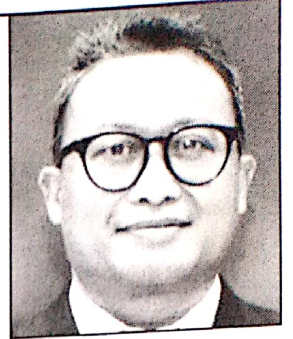
Kerja keras Ghozali diganjar milyaran rupiah, juga ketenaran. Banyak orang ingin mengikuti jejaknya. Namun fenomena Gho-



zali mengirim pesan yang kuat bahwa apa yang diraihinya kini tidak datang tiba-tiba, *ujug-ujug*. Ada proses panjang, terutama bagaimana ia menempa diri dengan keterampilan melalui pendidikan dan pelatihan. Ia punya modal besar menjadi *pioneer* dan *trendsetter*. Selain *intellectual capital*, ada banyak faktor pelenting yang membuatnya sukses. Ada momen-

tum, *networking*, dan kemampuan membaca peluang. Intinya, ia punya mimpi dan visi besar. Robert T. Kiyosaki, penulis buku terkenal *Rich Dad, Poor Dad* (1997) pernah berujar, kesuksesan di masa depan akan sangat ditentukan oleh pendidikan, penguasaan teknologi informasi, dan *networking*. Tiga elemen kesuksesan ini tampaknya tepat untuk kasus Ghozali.

Masalahnya kini, tidak banyak orang mau repot dan sibuk seperti Ghozali. Ada kecenderungan orang ingin sukses besar dalam waktu singkat dan diperoleh dengan cara-cara instan. Padahal, para pendiri medsos dunia juga berdarah-darah. Mungkin lebih keras lagi dari apa yang dilakukan Ghozali selama ini. Sebut saja Mark Zuckerberg, kini menjadi raja medsos yang menguasai tiga jejaring medsos sekaligus, yaitu Facebook, Instagram dan WhatsApp. Begitu juga Kevin Systrom pendiri awal Instagram (2010), Jan Koum (WhatsApp, 2010), Lee Hae-Jin (LINE, 2011), Jack Dorsey (Twitter, 2006), Ben Silbermann (Pinterest, 2010). Belum lagi cara-cara yang mungkin tidak biasa dilakukan Elon Musk melalui SpaceX atau Jeff Bezos dengan jaringan raksasa Amazon.com.



Hampir semua pesohor di jagat maya itu hidupnya tidak mudah, penuh onak dan duri. Inovator dan visioner adalah dua kata kunci yang membedakan mereka dengan orang biasa. Dengan menjadi inovator dan visioner, mereka berdiri paling depan sebagai pencipta tren, sebagai *founder*, menjadi rujukan dan referensi banyak orang yang ingin bergerak ke arah yang sama. Pengikut (*follower*) dan peniru hadir karena ketiadaan jiwa inovatif dan nirvisi. Sayangnya gap ketertinggalan kita (baca: Indonesia) cukup jauh dengan dunia barat, hampir 10 tahun. Kondisi ini memungkinkan kita menjadi konsumtif beralaskan budaya meniru.

Misalnya, perkembangan start-up di Indonesia, baru-baru saja pesat, itu pun setelah Nadiem Makarim, *founder* Gojek memberanikan diri melantai di bursa saham dan go international. Ia, kini Mendikbud-Ristek, berpeluh dengan keras lunaknya perjuangan menyaingi Grab yang masuk Indonesia. Pun, perdagangan elektronik booming di Indonesia sekitar 10 tahun terakhir dengan berbagai merk lokal, padahal Alibaba.com di Tiongkok didirikan Jack Ma pada 1999. Amazon.com di Amerika bahkan sudah ada lebih lama lagi, sejak 1994.

Budaya meniru dan hanya menjadi *follower* sebenarnya tidak enak-enak amat. Selain tidak *genuine*, orisinil, juga “berbahaya”. Jika di dunia akademik, budaya meniru dan *follower* sering terjebak menjadi plagiator, di dunia bisnis sering ada kasus penipuan atau penggunaan sebuah produk tanpa ijin. Misalnya, pada 2018, seniman Inggris-Liberia, Lina Iris Viktor pernah menggugat Kendrick Lamar dan SZA karena dianggap menggunakan karyanya dalam video music “All the Stars” yang digunakan untuk film Black Panther tanpa seijinnya. Kelihatannya remeh, tapi kasus ini berisiko hukum. Kasus serupa banyak kita temukan di Indonesia.

Menjadi *founder* adalah sebuah privilege, tetapi selalu tidak mudah, seperti Steve Jobs yang dikenang abadi karena inovasinya melalui produk Apple. Kehadiran android yang dirancangnya sempat diremehkan BBM yang merasa lebih dulu menguasai pasar. Karena keras kepala tidak mau berubah dan inovatif, produk yang sempat sangat digandrungi itu gulung tikar, mengikuti kematian Nokia dan Ericson. Sebaliknya menjadi *follower* itu tidak sulit, tetapi ia akan kehilangan jati diri dan orisinalitasnya sebagai manusia. *Founder*

akan mudah mengatakan lebih baik menjadi orang tidak biasa di tengah orang-orang yang biasa-biasa saja. Seorang *founder* juga dengan enteng melempar sindiran kepada *follower* bahwa sesungguhnya tidak ada yang sepenuhnya baru di muka bumi ini, oleh karena itu menjadi orisinal artinya menjadi kreatif karena setiap individu dilahirkan berbeda satu sama lain. Bukankah tidak ada seorang pun yang memiliki tiruan sama persis?

Ada baiknya kita membaca karya Umberto Eco, novelis Italia yang mengarang novel terkenal *The Name of the Rose* (1980), sebuah novel yang bergenre misteri pembunuhan sejarah dengan latar belakang sebuah biara Italia pada 1327. Dalam novel ini banyak ditemukan dialektika yang menggambarkan bahwa mawar itu ada sebelum namanya. Kita tidak dapat meniru apa yang sebetulnya sudah ada. Jika pun berhasil ditiru, ia sudah tidak asli lagi. Pada momen seperti inilah, orang Latin dengan cantik menggambar-kannya dengan istilah *nihil sub sole novum*. Jadi, mau menjadi *founder* atau *follower*?

*Penulis, Antropolog UHN
IGB Sugriwa Denpasar