

II

A black and white portrait of King Camp Gillette, a man with a mustache, wearing a dark suit and a white shirt with a dark tie. The portrait is centered and occupies most of the upper and middle portions of the card.

SEVEN CARDS, ONE DECK

KING CAMP GILLETTE

II



GILLETTE — KEKUATAN NAMA

SEMANTIC REALITY 2026 · FOUNDATIONS 15

Sebelum produk, ada nama.

Pabrik tutup.

Manajer berganti.

Pemegang saham datang dan pergi.

Teknologi menua.

Pasar bergeser.

Nama tetap tinggal.

Gillette bukan sekadar perusahaan.

Gillette adalah bukti bahwa sebuah kata bisa menimbun kepercayaan selama lebih dari satu abad dan tetap menghasilkan nilai bahkan setelah tak seorang pun ingat siapa yang menciptakannya.

Merek adalah ingatan kolektif.

Ketika namanya kuat, nama itu tiba sebelum bendanya.

Orang membeli sebuah cerita jauh sebelum membeli sebuah produk.

Nama adalah aset tak kasatmata yang pertama dalam ekonomi.

Namun, pada awalnya, tidak ada kerajaan.

Yang ada seorang lelaki.

Putra imigran Prancis di Massachusetts.

Sumber daya sedikit.

Keras kepala yang besar.

Seperti yang sering terjadi, masa depan tidak muncul berpakaian legenda.

Masa depan muncul berpakaian penjual.

Sisa ceritanya bisa dibaca siapa saja di situs perusahaan, atau di Wikipedia.

Yang menarik bagiku adalah hal lain.

Yang menarik bagiku adalah apa yang kami miliki bersama. Tiga unsur.

PRODUK. NARASI. PERSAUDARAAN.

Ia membuat sebilah silet.

Aku membuat sebuah situs.

Ia menulis sebuah buku.

Aku sudah menulis lebih dari seratus.

Ia termasuk dalam sebuah persaudaraan.

Aku mengenal tata bahasa yang sama, yang terbuat dari simbol, rasa memiliki, ingatan, dan saling mengenali.

Dan seperti dia, aku menghabiskan sebagian besar hidupku untuk menjual.

Bukan hanya produk.

Kepercayaan.

Itulah sebabnya aku selalu berusaha menjaga jarak darinya.

Bukan karena perbedaan.

Karena kemiripan yang berlebihan.

Setiap zaman menghasilkan produknya sendiri.

Setiap zaman menghasilkan narasinya sendiri.

Setiap zaman menghasilkan persaudaraannya sendiri.

Kesalahannya adalah mengira semua itu tujuannya.

Bukan.

Semua itu kendaraannya.

Silet bukanlah Gillette.

Buku bukanlah narasi.

Persaudaraan bukanlah makna.

Semuanya hanya alat.

Kekuatan yang sesungguhnya adalah nama.

Sebelum menyeberangi Rubicon, orang Romawi mengirim pengintai.

Mereka harus belajar. Memahami.

Mengetahui.

Mengetahui sebelum memutuskan.

Itulah rahasia yang memungkinkan mereka menimbang — dan, sering kali, menang.

Kuharap aku pengintai yang baik.

Tetapi tanpa perang.

Aku tidak membawa pasukan.

Aku tidak membawa dekret.

Aku tidak membawa izin.

Aku membawa cerita.

Aku mengumpulkannya.

Aku menghubungkannya.

Aku menyampaikannya.

Lalu setiap orang memutuskan apa yang akan dilakukan dengannya.

Para CEO memimpin perusahaan.

Para karyawan membuat perusahaan berjalan.

Para pemegang saham kecil membiayai perusahaan.

Aku hanyalah seorang lelaki yang tidak perlu meminta izin kepada siapa pun.

Dan mungkin itulah kebebasan terbesar yang kumiliki.

Inilah kartu Gillette.

Bukan kekuatan pabrik.

Bukan kekuatan silet.

Bukan kekuatan perusahaan.

Sebab ketika produk aus, nama tetap tinggal.

Ketika gedung-gedung lenyap, nama tetap tinggal.

Ketika manusia berlalu, nama tetap tinggal.

Dan ketika sebuah nama berhasil melintasi generasi, nama itu berhenti menjadi milik pendirinya. Nama itu menjadi bagian dari ingatan kolektif.

Sang pendiri menghilang.

Nama tetap tinggal.

Itulah kemenangan sejati sebuah nama.

Ferdinando
Gillette Man ✂️