

BAB II ANALISIS IDENTITAS VISUAL PRODUK GOLOK SENYAWA

II.1 Landasan Teori

II.1.1 Brand Visual

Brand visual adalah elemen-elemen visual yang digunakan untuk mewakili identitas merek perusahaan, berisi elemen-elemen visual seperti logo, warna, tipografi, gaya desain, gambar, dan elemen-elemen visual lainnya yang membentuk citra dan kesan merek untuk konsumen (McNally 2012).

Carter (2005) beberapa bagian elemen sebagai identitas sebuah brand dari perusahaan diantaranya:

1. Logo. Logo adalah simbol atau ikon yang unik dan membedakan merek dari yang lain. Dapat berisi kata, huruf, gambar, atau kombinasi dari semuanya. Logo merupakan visual untuk merek dan menjadi elemen yang paling utama dan mudah dikenali.
2. Warna. Pemilihan warna yang tepat sangat penting dalam membangun identitas visual merek. Warna dapat memengaruhi emosi dan persepsi orang terhadap merek. Setiap merek biasanya memiliki palet warna yang konsisten dan terdefinisi dengan baik yang digunakan dalam semua materi pemasaran dan komunikasi merek.
3. Tipografi. Jenis huruf yang digunakan untuk merek juga berperan penting dalam menciptakan identitas visual. Pemilihan jenis huruf yang sesuai dengan kepribadian dan pesan merek dapat membantu membangun konsistensi dan pengenalan yang lebih baik.
4. Gaya Desain. Ini mencakup prinsip-prinsip desain yang digunakan dalam semua materi merek, seperti penggunaan garis, bentuk, proporsi, dan tata letak. Gaya desain harus mencerminkan kepribadian dan nilai-nilai merek.
5. Gambar. Penggunaan gambar, baik dalam bentuk fotografi, ilustrasi, atau grafis, dapat membantu mengkomunikasikan pesan merek dan menciptakan ikatan emosional dengan konsumen. Pemilihan gambar yang konsisten dengan merek akan memperkuat kesan merek yang diinginkan.
6. Elemen Visual Tambahan. Ini mencakup elemen-elemen tambahan seperti pola, ikon, ilustrasi khusus, atau elemen-elemen grafis lainnya yang digunakan untuk

memperkuat identitas merek. Elemen-elemen ini harus konsisten dengan gaya desain umum dan memberikan sentuhan unik kepada merek.

Tujuan dari *brand visual* untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan konsisten di mata konsumen. Dengan menggunakan elemen-elemen visual yang konsisten dalam semua aspek komunikasi dan materi pemasaran merek, konsumen dapat dengan mudah mengidentifikasi merek, mengingatnya, dan mengaitkannya dengan nilai-nilai yang diwakilinya. Ini membantu membangun kesadaran merek yang kuat dan membedakan merek dari pesaing di pasar.

II.1.2 Identitas

Identitas adalah sebuah cara untuk memperkenalkan informasi utama mengenai hal-hal yang ingin disampaikan kepada khalayak, salah satu identitas yang selalu dikenalkan kepada orang yaitu melalui visual, karena lebih menarik perhatian dibanding identitas tanpa visual, orang akan susah untuk mengenali, baik pada objek mati (benda mati) maupun objek makhluk hidup.

Identitas adalah salah satu metode untuk dapat dikenali, mengenali dan membedakan suatu hal dengan yang lain. Di dalam kehidupan, keberadaan identitas sangat diperlukan, tidak hanya manusia yang membutuhkan identitas tapi juga berbagai objek lain disekitar manusia. Dengan adanya identitas maka manusia bisa membedakan sesuatu (makhluk hidup maupun benda mati) tersebut dengan sesuatu yang lain (Kasmana 2010).

Identitas dengan kata lain *brand identity* merupakan wujud nyata dan daya penarik bagi panca indra. Konsumen bisa melihat, menyentuh, mendengar, serta menyaksikan pergerakannya. *Brand identity* merupakan dasar utama bagi konsumen untuk mengenal brand itu. Brand identity juga mampu menampilkan perbedaan dan menjelaskan makna dari *big idea* yang dimiliki *brand* tersebut. (Wheeler 2004).

Menurut Wheeler 2003, *visual brand identity* sangatlah penting keberadaanya, terutama sebagai sarana untuk mengkomunikasikan visi & misi sebuah *brand*, sekaligus menjadi salah satu komposisi penting dalam mengenalkan brand agar selalu menjadi pilihan utama konsumen. *Visual brand identity* juga harus mampu merepresentasikan emosi yang terkandung di dalam sebuah brand yang kemudian diwujudkan dalam bentuk logo, warna, elemen grafis, dan font yang saling terintegrasi dan selalu digunakan secara konsisten.

Apabila *brand* diibaratkan sebagai manusia, maka *brand* merupakan keseluruhan dari manusia itu, yaitu jiwa dan raganya. Sedangkan *brand identity* adalah penampilan fisiknya, komunikasi, dan perilakunya. Ketika kita melihat seseorang, yang pertama kali kita lihat adalah penampilan fisiknya, yaitu wajah, gaya rambut, dan gaya berpakaian. Wajah dari sebuah brand adalah logo. Oleh karena itu logo adalah kunci utama untuk menampilkan identitas sebuah *brand* (Rustan 2014).

II.1.3 Logo

Logo sudah menjadi hal yang biasa dalam produk pada sebuah *brand* sebagai identitas ataupun tanda pengenal supaya orang yang melihat produk tersebut dapat dengan mudah mengingat dalam otaknya, ketika seseorang pertamakali melihat produk dengan terdapat logo pada produk tersebut, orang akan cenderung memperhatikan logo tersebut sebagai pembanding atau penanda dengan produk yang lain, karena tanpa tanda pengenal manusiapun akan susah untuk bisa mengingat suatu hal yang telah dilihatnya.

Logo yaitu salah satu bentuk dari identitas visual sebuah perusahaan. berfungsi sebagai identifikasi dari perusahaan tersebut, agar dapat menciptakan citra kepada para khalayak. Dengan citra yang sudah terbentuk dalam perusahaan tersebut logo menjadi simbolis terhadap produk/jasa yang ditawarkan. Dalam konsep identitas tentang logo, nama dan logo menjadi komponen penting, maka dari itu logo menjadi senjata utama dalam strategi pembentukan citra. (Kasmana 2010).

Menurut Lori Siebert dan Lisa Ballard (1992), logo yakni sebuah simbol yang dikembangkan sehingga simbol tersebut dapat berkomunikasi menyampaikan identitas sebuah perusahaan dimata khalayak. Logo selalu muncul sebagai tanda dari perusahaan, untuk dikenali ketika dilihat oleh orang lain, seperti dalam promosi perusahaan yang juga diterapkan pada alat-alat kerja seperti seragam, bahkan menjadi simbol perusahaan.

Carter (2005) logo yang baik itu harus memenuhi beberapa aspek sebagai berikut :

- *Original & Desctinctive*, logo yang digunakan merupakan logo yang dapat menjadi identitas pribadi memiliki keuikan.
- *Legible*, memiliki visual yang jelas sehingga bisa dibaca dengan mudah
- Sederhana, tidak terlalu berlebihan yang akan menyebabkan logo menjadi rumit untuk dipahami.
- *Memorable*, mudah untuk diingat, karena beberapa faktor seperti visual yang unik, dan menarik.
- *Easily associated with the company*, mudah digabungkan ketika dengan perusahaan lain, tidak menjadi pertentangan.
- *Easily adaptable for all graphic media*, mudah diterapkan pada media seperti promosi sebuah perusaan di iklan.

Beberapa alasan mengapa dibuatnya sebuah logo yaitu ;

- Agar mudah dikenal oleh khalayak untuk identifikasi objek yang dilihatnya.
 - Sebagai citra sebuah objek seperti perusahaan, komunitas seperti dalam sepak bola, futsal, badminton dan yang lainnya.
 - Untuk merk dari perusahaan agar tidak tertukar dengan perusahaan yang lain.
- Seiring perkembangan zaman logo sangat diperlukan, untuk membangun citra dari sebuah perusahaan, tidak sedikit logo yang berhasil membuat orang mengingatnya dimanapun dan kapanpun, seperti logo dari perusahaan produk sepatu yaitu Nike, siapa yang tidak kenal dengan logo dari perusahaan tersebut, ciri khas yang sederhana dan mudah di ingat selalu tampil menempel pada sepatu yang sering dipakai, menjadi identitas visual bagi perusahaan Nike.

II.2 Golok

Garut adalah kota yang berada di wilayah Priangan Timur, masih termasuk dalam bagian Jawa Barat, kota ini yang dijuluki sebagai *Swiss Van Java* memiliki nuansa alam yang indah nyaman namun dibalik kota yang kaya akan suasana alam pemandangan yang indah, Garut juga memiliki budaya - budaya yang bersejarah seperti dikota lainnya, hal ini dikarenakan Garut juga menjadi tempat bersejarah yang digunakan pada masa penjajahan, salah satu budaya yang masih eksis sampai saat ini yaitu golok sebagai alat yang digunakan untuk menjaga keamanan melawan para penjajah pada zaman dahulu, namun sekarang golok digunakan sebagai perkakas rumah tangga alat bantu berkebun, Golok Senyawa contohnya, yang diproduksi dari daerah Cisewu yaitu daerah Garut bagian selatan, Golok Senyawa ini memiliki keunikan tersendiri, dengan ukiran khas yang berada dibagian gagangnya.

II.2.1 Sejarah Golok Senyawa

Menurut Gilang Muharram sebagai *owner* atau pemilik kerajinan *home industry* Golok Senyawa berdasarkan wawancara. Nama usaha Golok Senyawa berasal dari dirinya yang suka atau hobi membuat golok dan seiring waktu mulai banyak yang minat pada golok buaatannya karena kualitas dan bentuknya yang autentik dan nama Senyawa berawal dari filosofi warga yang berasal dari desa Cisewu, dengan berkegiatan rutinitas yang sering dilakukan warga tersebut yakni berkebun maupun bertani, selalu tidak luput dari benda atau alat perkakas yaitu golok untuk membantu meringankan pekerjaan yang dilakukan ketika berkebun. Maka dari hal tersebut Gilang Muharram menilai warga masyarakat yang selalu membawa golok ketika beraktivitas dikebun seperti senyawa dalam bahasa sunda “sanyawa” maksudnya golok tersebut memiliki ikatan dengan setiap warga untuk beraktivitas. Kemudian dalam pembuatan produksi golok yang dijalani Gilang Muharram membuat istilah “senyawa” tersebut sebagai nama dari golok yang dibuatnya, menjadi “Golok Senyawa”.



Gambar II.1 Golok senyawa ukiran naga
Sumber : Youtube/SenyawaG

II.2.2 Profil Golok Senyawa

Golok Senyawa adalah nama perusahaan golok berasal dari desa Cisewu Jawa Barat, Kampung Cikawung No, 95 RT 03/03 Desa Hanjuang Kecamatan Bungbulang Kabupaten Garut. Gilang Muharram merupakan seorang pemilik dari kerajinan *home industry* Golok Senyawa. Berdiri sejak tahun 2017 sampai sekarang beliau masih menjadi pemegang usaha kerajinan tersebut, Gilang Muharram memiliki channel Youtube yang bernama “Senyawa G”.



Gambar II.1 Kecamatan Cisewu Garut
Sumber : Doumen pribadi

Gilang Muharram sebagai *owner* dari Golok Senyawa masih aktif sampai sekarang memproduksi Golok Senyawa dibantu dengan 2 orang temannya sebagai pandai besi, wawancara dilakukan mengenai pembahasan seputar Golok Senyawa seperti sejarah, proses pembuatan, dan jenis bahan yang digunakan kemudian ukiran khusus yang bisa disesuaikan dengan permintaan pelanggan. pembuatan Golok Senyawa dilakukan secara manual mulai dari tahap pemanasan baja besi sampai finishing membuat ukiran, klasifikasi Golok Senyawa dari fungsinya ada dua jenis biasanya memproduksi golok untuk berkebun dan untuk sembelih, bahan yang digunakan terutama dibagian serangka atau sarung golok dan gagang yang dibentuk ukiran khusus.

Kayu dari pohon Nangka merupakan yang sering digunakan teksturnya lembut juga tidak jauh beda dengan pohon Mahoni dan Jambu, adapun jenis yang lebih bagus biasanya membuat gagang dari pohon Jati, Sonokeling dan sejenisnya yang memiliki tekstur keras, kemudian jika ada permintaan khusus juga bisa menggunakan tanduk munding atau kerbau, biasanya untuk ukiran khusus Gilang Muharram membuat dengan manual dengan berbagai macam bentuk, lebih sering membuat bentuk dari hewan seperti kepala ular, singa, macan, elang, gajah, dan naga.

Dalam satu pembuatan golok mulai dari dasar sampai jadi bisa memakan waktu sampai 2 minggu, sudah termasuk pembuatan serangka dan gagang yang diberi ukiran, bisa juga memakan waktu lebih jika permintaan pembuatan golok oleh pelanggan lebih rumit, karna semuanya dibuat dengan manual mulai dari baja maupun besi dengan bentuk mentah, tekstur dari bahan kayupun juga mempengaruhi waktu pembuatan jika seperti kayu dari pohon Nangka dengan tekstur lembut bisa lebih cepat, namun jika dengan bahan kayu yang lebih keras seperti dari pohon Jati itu menjadi kendala dalam pengukiran, apalagi dengan bahan dari tanduk kerbau yang memiliki tekstur lebih keras.

Golok Senyawa biasanya dijual sesuai bahan yang dipakai, jika bahan yang biasa saja bisa dijual dengan harga mulai Rp 100.000 dan jika dengan bahan yang lebih

berbeda seperti dari tanduk kerba, bisa mencapai Rp 1000.000. Sudah termasuk semua bagian-bagian golok seperti serangka, juga dengan tali jika diperlukan oleh pelanggan, biasanya tidak golok saja yang dibuat oleh Gilang Muharram kadang juga membuat pisau, gagang cangkul jika ada pelanggan yang memintanya untuk dibuatkan.

Gelok Senyawa ini belum memiliki legalitas secara resmi namun ada rencana untuk menjadikan produk yang bisa memiliki level berbeda dengan yang lain Gilang Muharram sangat ingin membuat usahanya ini memiliki legalitas yang resmi untuk kedepannya. Semua produk yang dibuat dari Golok Senyawa, Gilang Muharram biasanya mendapatkan konsumen dari penonton Youtube nama *channelnya* "Senyawa G" yang menghubungi melalui pesan *email*, karena dalam channel Youtube Gilang Muharram banyak yang tertarik dalam videonyapun bisa mencapai ribuan penonton bahkan lebih, peminat Golok Senyawa bukan dari daerah Jawa Barat saja namun Gilang mengungkapkan tidak jarang juga peminat yang berasal dari luar Jawa Barat, salah satunya seperti dari Lombok, bahkan ada juga dari negara tetangga yaitu Malaysia.

Dalam setiap penjualan Golok Senyawa pemilik selalu menjual produknya melalui media digital melakukan transaksi dalam media online berkomunikasi dengan konsumen sampai transaksi tersebut terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, selain melalui media online pemilik menjual produknya melalui kabar dari mulut kemulut mengenai informasi golok senyawa, setiap pembeli ketika tertarik pada produk Golok Senyawa selalu diarahkan melalui pesan pribadi seperti menghubungi pemilik melalui Whatsapp, untuk membuat komposisi sebagai bahan golok yang akan dibuat untuk pembeli, sampai saat ini transaksi seperti hal tersebut masih berlanjut. Gilang Muharram sebagai pemilik dari Golok Senyawa belum memiliki toko *offline* di tempat umum karena beliau belum bisa memenuhi stok produk sebagai barang yang siap untuk dijual di toko *offline*. Gilang Muharram selalu menjual produk dengan cara sistem *pre-order* karena banyak pesanan yang di *custom* sesuai permintaan konsumen, maka setiap produk yang dibeli memerlukan waktu untuk dibuat sampai selesai sesuai keinginan konsumen.

II.2.3 Proses Pembuatan



Gambar II.2 Kayu sonokeling untuk bahan bagian gagang atau serangka golok
Sumber : dokumen pribadi Gilang Muharram

Proses pembuatan Golok Senyawa menurut Gilang Muharram pada dasarnya sama seperti pada umumnya namun yang membuat beda yaitu ukiran pada gagang dilakukan secara manual, Adapun tahapan-tahapan yang dijalani sebagai berikut :

1. Pertama, baja dipanaskan (dibakar) selama kurang lebih 10 menit pada tempat yang disebut tungku.
2. Penempatan/pembentukan bilah. Bahan bilah dijepit dengan tang tempat kemudian di pukul dengan palu sampai bilah tersebut terbentuk.
3. Tahap yang ketiga adalah penghalusan atau perapihan. Dalam tahap ini golok yang sudah terbentuk dihaluskan atau diratakan dengan gerinda/kikir.
4. Tahap yang keempat adalah penyepuhan. Caranya baja yang sudah berbentuk golok dipanaskan kemudian dicelupkan ke bak air supaya keras.



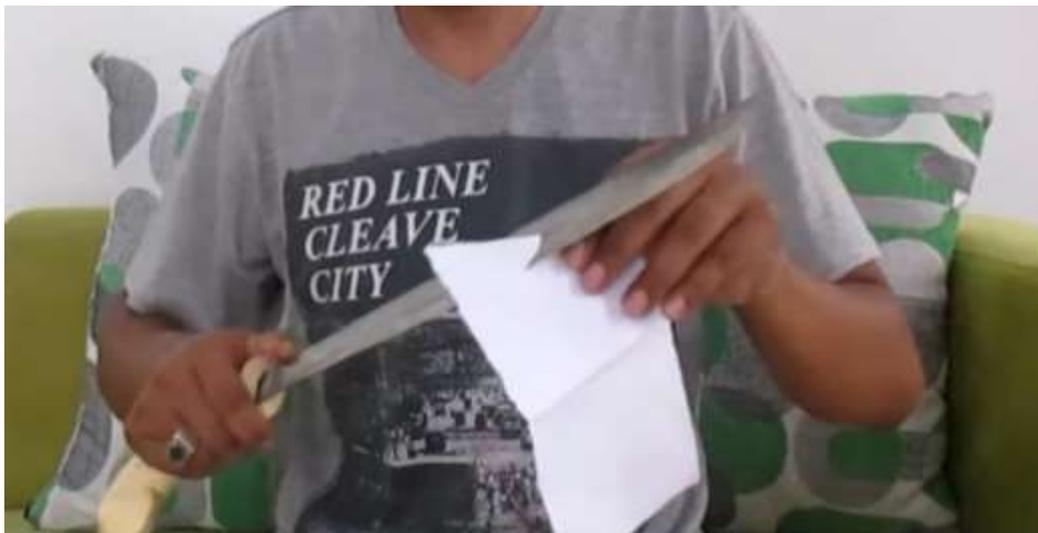
Gambar II.3 Proses penyepuhan besi
Sumber: Youtube Golok Senyawa
<https://youtu.be/Cx7yLWw67r0>

5. Tahap yang kelima adalah *finishing* bilah. Pada tahap ini meliputi kegiatan seperti perataan, pemutihan/poles.
6. Tahap keenam yang membuat beda dari yang lain yaitu pembentukan “sarangka” atau wadah golok. Kayu yang digunakan biasanya bisa sesuai permintaan pelanggan, kemudian pada bagian gagang golok dibuat manual menggunakan pisau raut ukirannya khusus juga mengikuti pelanggan salahsatunya seperti bentuk kepala naga. Bahan yang digunakan bervariasi ada yang dari kayu biasa yaitu pohon Nangka, kayu kelas menengah pohon Jati, bahkan tidak jarang menggunakan tanduk “munding” atau kerbau untuk menghasilkan bentuk yang spesial.



Gambar II.4 Proses pembuatan ukiran dengan manual
Sumber: Youtube Golok Senyawa
<https://youtu.be/Cx7yLWw67r0>

7. Tahap yang ketujuh penajaman. dengan menggosok bagian yang tajam (mata golok) pada batu asah sampai golok menjadi tajam. Untuk mengetahui apakah golok itu sudah tajam biasanya dites pada kertas. Jika golok dapat memotong kertas, maka golok itu sudah dianggap tajam.

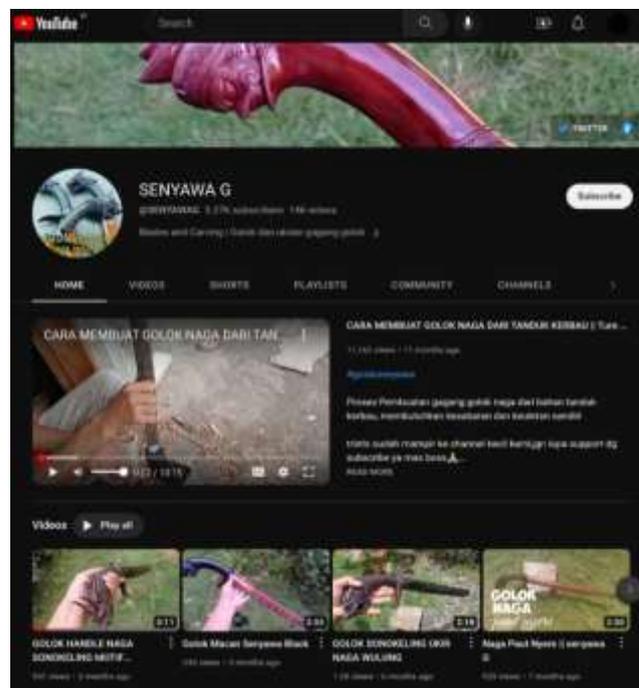


Gambar II.5 Menguji ketajaman golok yang sudah jadi
Sumber: Youtube Golok Senyawa
<https://youtu.be/Cx7yLWw67r0>

II.3 Analisis Permasalahan

Produk Golok Senyawa sebelumnya belum memiliki identitas visual secara khusus yang tertera dalam produknya, semua produk yang telah dipublikasikan kepada khalayak untuk dijual masih sulit dibedakan dengan produk yang lain, dari sudut pandang identitas visual pengemasan untuk setiap produk dari Golok Senyawa, juga masih dilakukan dengan biasa saja hanya dengan kemasan pendukung pada umumnya seperti kardus biasa untuk dikirimkan kepada pelanggan.

Golok Senyawa selalu menampilkan produk dalam media sosial digital dalam *platform* Facebook dan Youtube, terdapat penjelasan spesifikasi mengenai produk Golok Senyawa yang dibuat oleh Gilang Muharram berupa foto dan video kemudian mendapat *feedback* dari para khalayak terutama pada *channel* Youtube Golok Senyawa, sudah banyak orang yang berlangganan pada *channel* tersebut dan banyak orang yang menyaksikan video tersebut, karna *platform* Youtube begitu luas jangkauannya bahkan ada juga penonton dari luar Indonesia yang melihat video di *channel* Golok Senyawa.



Gambar II.6 Akun channel Youtube dari Golok Senyawa
Sumber : Dokumen Pribadi

Dalam wawancara yang telah dilakukan menurut Gilang Muharram, Golok Senyawa ini belum memiliki identitas visual secara khusus, beliau hanya menampilkan produk dalam video unggahannya yang berada di Youtube, dari video tersebut kemudian datang pelanggan yang berminat meminang Golok Senyawa, Gilang Muharram biasa menerima pesanan pelanggan *custom* sesuai keinginan yang diminta pelanggan menghubungi melalui aplikasi pesan yaitu Whatsapp, Pak Gilang Muharram juga pernah mendapatkan pesan melalui *e-mail* dari seseorang dari luar negeri, pesan tersebut berisi minat terhadap produk dari Golok Senyawa. Beliau tidak menjual produk di *marketplace* seperti *shope* karena produknya tidak selalu tersedia stoknya dikarenakan bahan yang tersedia terbatas dan proses pembuatan yang cukup memakan waktu lama.

Berbeda dengan golok dipasar dengan bentuk yang umum menjadi kompetitor dari Golok Senyawa karena keduanya sama tidak memiliki identitas visual secara khusus, hal ini menyebabkan citra dari produk tidak dapat dikenali oleh para khalayak, maka diperlukannya identitas visual dalam Golok Senyawa agar dapat membangun citra produk dan dapat dikenali disbanding dengan produk yang lain.

Sudarwati & Satya (2013), mengatakan salah satu hal yang membuat usaha mengalami kesulitan dalam memasarkan produk, tidak adanya *brand* pada produk tersebut. Identitas visual dapat menjadi strategi pemasaran untuk mengembangkan sebuah bisnis yang dikelola.

II.4 Klasifikasi Golok

Klasifikasi jenis golok menurut Ahmad Fauzi (2018), dibedakan menjadi dua yaitu berdasarkan bentuk bilah kemudian berdasarkan fungsi atau kegunaan dari golok. Beliau menjelaskan bahwa berdasarkan bentuk yang dimiliki golok dibagi kedalam empat jenis yaitu Salam Nunggal, Kembang Kacang, Ujung Turun dan Petok. Kemudian berdasarkan fungsinya golok dibagi kedalam tiga jenis yaitu Gablogan, Sorenan, dan Sembelih.

Produk dari Golok Senyawa lebih dominan termasuk kedalam jenis golok Sorenan yaitu golok simpanan atau sorenan dengan memiliki sarung, dan dipakai untuk pekerjaan sehari-hari memotong hewan bisa juga sebagai koleksi para pencinta golok. Golok Senyawa ini masuk ke dalam jenis golok berdasarkan fungsi, karena dari golok ini bisa memiliki fungsi atau kegunaan sebagai alat untuk bela diri, pelengkap busana, dan pencak silat. Biasanya golok disimpan dipinggang. Dilihat dari bentuk bilah golok ini termasuk ke dalam Salam Nunggal, berukuran lebih kecil dan lurus. Kemudian pada bilah jenis ini bentuk dari punggung golok pada umumnya lurus dan sedikit naik ke atas. Bagian – bagian golok yang terdapat pada Golok Senyawa.



Gambar II.7 Bagian-bagian golok
Sumber : Skripsi Hanif Razin Rahmatullah

M. Nazz (2018), pakar golok Komunitas Golok Depok, menjelaskan komponen-komponen golok yang diuraikan sebagai berikut :

1. Bagian parang yang berfungsi sebagai pegangan, pegangan. Tanduk kerbau dan kayu keras dan tahan lama seperti jambu biji dan nangka digunakan untuk membuat gagangnya. Meskipun beberapa gagang parang menampilkan ukiran kepala singa, elang, atau ular naga, sebagian besar polos.
2. Mata (bagian penajam atau perut), punggung, dan sumbu (tangki atau bagian yang masuk ke gagang) membentuk bilah parang. Baja digunakan untuk membuat bilah parang. Baja biasanya digunakan "per" kendaraan, bantalan, dan barang lainnya. Bagian atas punggung parang biasanya mengikuti garis lurus. Bahkan jika ada kurva, sulit untuk dilihat. Sementara itu, bagian bawah parang bilahnya melengkung agar selalu tajam dan membentuk sudut tajam.

3. Cangkang atau gelang golok menjaga gagang agar tidak patah saat digunakan. Terutama ketika penggunaan yang berat seperti golok tebas.
4. Sarung atau serangka terdiri dari sopal atau godongan yaitu bagian yang menghubungkan gagang dengan sarung, simeutmeuting atau meutingan yaitu bagian yang melilitkan tali, simpai yaitu bagian yang mengunci sarungnya berbentuk ikatan yang melingkari sarungnya dan biasanya berjumlah ganjil, serta pepet, yaitu bagian sarungnya.

Klasifikasi golok berdasarkan harga dapat dibagi menjadi 3 kategori sebagai berikut:

1. Golok dasar (dimulai 100 ribu rupiah). Golok ini terbuat dari bahan yang lebih murah seperti baja rendah atau baja karbon. Kualitas dan daya tahan golok ini lebih rendah daripada yang lebih mahal. Golok dalam kategori ini biasanya digunakan untuk berkebun oleh pengguna juga untuk kegiatan ringan membersihkan lingkungan sekitar.



Gambar II.8 Golok kelas bawah
Sumber : dokumen Youtube Senyawa G

2. Golok menengah (100 - 500 ribu rupiah). Golok ini terbuat dari bahan yang lebih baik seperti baja tinggi atau baja stainless. Kualitas dan daya tahan golok ini biasanya lebih baik daripada yang murah. Golok dengan kategori menengah ini biasanya digunakan memotong benda yang cukup keras seperti menebang kayu juga bambu dengan ketebalan yang cukup tinggi.



Gambar II.9 Golok kelas menengah
Sumber : dokumen pribadi

3. Golok mahal (lebih dari 500 ribu rupiah). Golok ini biasanya terbuat dari bahan yang sangat baik seperti baja tahan karat atau campuran logam yang tinggi. Kualitas dan daya tahan golok ini sangat baik dan bisa bertahan dalam penggunaan yang berat, dalam pembuatan bagian gagangnya menggunakan tanduk kerbau yang keras.



Gambar II.9 Golok mahal kelas atas
Sumber : dokumen Youtube Senyawa G

Menurut Gilang Muharram dalam wawancara golok ini biasanya digunakan sebagai hiasan juga pertunjukan dalam acara seni budaya seperti pencak silat.

Gilang Muharram (2022). Berikut adalah beberapa jenis bahan baja yang digunakan dalam pembuatan golok :

1. Baja Karbon (Carbon Steel). Baja karbon adalah jenis baja yang mengandung karbon dalam jumlah yang lebih tinggi daripada baja biasa. Baja karbon biasanya memiliki kekerasan yang baik, mudah diasah, dan mempertahankan ketajaman mata golok dengan baik. Namun, baja karbon cenderung korosif dan membutuhkan perawatan ekstra untuk mencegah karat.
2. Baja Stainless (*Stainless Steel*). Baja stainless adalah jenis baja yang mengandung minimal 10,5% kromium, yang memberikan sifat tahan karat. Baja stainless umumnya lebih tahan terhadap korosi daripada baja karbon.

Namun, kekerasan dan ketajaman mata golok stainless steel umumnya tidak sebaik baja karbon.

3. Baja Damaskus (*Damascus Steel*). Baja Damascus terkenal karena pola bilah yang khas dan keindahannya. Ini adalah baja yang terbuat dari lapisan-lapisan yang berbeda, yang dikombinasikan dan ditempa bersama untuk menciptakan pola yang menarik. Golok dari baja Damascus dapat memiliki kombinasi kekerasan, kekuatan, dan tahan karat yang baik.
4. Baja Tungsten (*Tungsten Steel*). Baja tungsten mengandung tungsten sebagai unsur penambah. Baja ini memiliki kekerasan yang tinggi, ketahanan yang baik, dan mampu mempertahankan ketajaman mata golok dalam waktu yang lama.
5. Baja Lapis (*Layered Steel*). Baja lapis adalah kombinasi dari beberapa lapisan berbeda dengan sifat dan kekerasan yang berbeda. Teknik ini dapat menghasilkan bilah yang kuat, tahan terhadap patah, dan tetap tajam. Biasanya bahan ini digunakan senjata tradisional dari Jepang yaitu Katana.

Semua bahan yang digunakan bisa dibuat sesuai dengan permintaan pelanggan untuk pembuatan bilah Golok Senyawa. Menurut Gilang Muharram (2022), beberapa bahan kayu yang digunakan untuk membuat gagang Golok Senyawa antara lain:

1. Kayu Mahoni. Kayu mahoni adalah salah satu pilihan paling banyak untuk membuat gagang golok karena tahan terhadap serangan rayap dan relatif ringan.
2. Kayu Rengas (*Rosewood*). Kayu rengas adalah bahan kayu yang sangat keras dan tahan lama. Pegangan dari kayu rengas biasanya memiliki warna yang kaya dan kualitas estetika yang tinggi.
3. Kayu Eboni. Kayu eboni adalah bahan kayu yang sangat keras, padat, dan memiliki tampilan hitam pekat yang mewah. Ini membuatnya menjadi pilihan eksklusif untuk pegangan golok yang berkelas tinggi.
4. Kayu Walnut (*Walnut*). Kayu walnut adalah bahan kayu yang populer karena tampilannya yang menarik dan kuatannya.
5. Kayu Jati. Kayu yang banyak diminati karena warna dan ketahanan kayunya padat memiliki tekstur kasar.

Selain bahan yang digunakan Golok Senyawa beragam pilihannya, fitur yang dapat digunakan dari golok ini dapat menjadi properti acara kesenian karena memiliki bentuk ukiran yang membuat berbeda dengan yang lain.

Produk

Produk yang dibuat dalam Golok Senyawa memiliki banyak variasi terutama pada bagian gagang golok dapat dibuat sesuai permintaan konsumen.

Price

Harga yang terdapat pada Golok Senyawa dapat disesuaikan dengan permintaan konsumen dengan mempertimbangkan bahan yang digunakan permintaan ukiran yang dibuat, banyak pilihannya untuk pelanggan agar menemukan harga yang sesuai dengan selera.

- a. Golok dasar (dimulai 100 ribu rupiah). Golok ini terbuat dari bahan yang lebih murah seperti baja rendah atau baja karbon. Kualitas dan daya tahan golok ini lebih rendah daripada yang lebih mahal. Golok tebas termasuk dalam kategori ini biasanya digunakan untuk berkebun oleh pengguna juga untuk kegiatan ringan membersihkan lingkungan sekitar.



Gambar II.8 Golok kelas bawah
Sumber : dokumen Youtube Senyawa G

b. Golok menengah (100 - 500 ribu rupiah). Golok ini terbuat dari bahan yang lebih baik seperti baja tinggi atau baja stainless. Kualitas dan daya tahan golok ini biasanya lebih baik daripada yang murah.



Gambar II.9 Golok kelas menengah
Sumber : dokumen pribadi

Golok dengan kategori menengah ini biasanya digunakan memotong benda yang cukup keras seperti menebang kayu juga bambu dengan ketebalan yang cukup tinggi.

c. Golok kelas atas (lebih dari 500 ribu rupiah). Golok ini biasanya terbuat dari bahan yang sangat baik seperti baja tahan karat atau campuran logam yang tinggi. Kualitas dan daya tahan golok ini sangat baik dan bisa bertahan dalam penggunaan yang berat, dalam pembuatan bagian gagangnya menggunakan tanduk kerbau yang keras. Golok dalam kategori ini biasanya digunakan sebagai hiasan juga pertunjukan dalam acara seni budaya seperti pencak silat.



Gambar II.9 Golok mahal kelas atas
Sumber : dokumen Youtube Senyawa G

Place

Tempat yang digunakan Golok Senyawa untuk pemasaran berlokasi di rumah pemilik sebagai dapur produksi Golok Senyawa dan dijual melalui media sosial, belum memiliki toko *offline* untuk penjualan.

Promotion

Promosi yang dilakukan paling utama melalui media sosial yaitu Youtube dan Facebook dengan menampilkan foto dan video dalam setiap postingan yang dibuat.

Analisis SWOT

Untuk mengetahui identifikais Golok Senyawa secara mendalam maka dilakukan analisis SWOT pada Golok Senyawa, untuk mengetahui lebih dalam identifikasi produk Golok Senyawa.

<p><i>STRENGTH</i></p> <ol style="list-style-type: none">1.Salah satu <i>home industry</i> golok dengan ukiran berbeda2.Menerima <i>custom</i> sesuai permintaan pelanggan3.Memiliki produk dengan berbagai varian bahan4.Dapat menambah ornamen pada golok dengan bebas	<p><i>OPPORTUNITY</i></p> <ol style="list-style-type: none">1.Adanya kualitas yang konsisten membuat pelanggan semakin percaya.2.Ukiran variatif membuat pelanggan tertarik
<p><i>WEAKNESS</i></p> <p>Sumber dana/modal yang masih terbatas sehingga sulit untuk meningkatkan aktivitas yang membutuhkan dana besar, seperti promosi.</p>	<p><i>THREATS</i></p> <ol style="list-style-type: none">1. Tidak adanya identitas visual khusus untuk produk agar mudah dikenali2. Produksi dengan cara manual membuat waktu yang lama

Analisis SWOT pada produk kompetitor Golok Walahir, untuk mengetahui lebih dalam identifikasi produk kompetitor.

<p><i>STRENGTH</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produksi golok sangat banyak selalu tersedia kapan saja 2. menggunakan bahan dengan harga terjangkau 	<p><i>OPPORTUNITY</i></p> <p>Harga setiap produk relatif lebih murah</p>
<p><i>WEAKNESS</i></p> <p>Penggunaan bahan belum ada perbedaan setiap produk</p>	<p><i>THREATS</i></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak ada identitas visual secara khusus 2. produksi secara manual setiap pembuatan golok

Diferensiasi produk

Golok Senyawa adalah brand alat perkakas budaya tradisional golok yang menonjolkan ciri khas utamanya ukiran, terutama pada bagian gagang golok yang dapat di *custom*. Dibanding dengan kompetitor Golok Walahir mengedepankan ketajaman bentuk dari bilah golok.

Positioning produk

Golok Senyawa menjadi produk yang lahir sebagai golok berbeda dengan Golok Walahir yang berguna untuk perkakas, bukan hanya untuk kegunaan fungsinya perkakas rumah tangga saja, namun Golok Senyawa ini dapat menjadi sebagai benda hiasan oleh penggunaanya karena memiliki estetika bentuk ukiran yang autentik dibuat secara khusus oleh tangan seorang pengrajin.

USP (*Unique Selling Proposition*)

Selain penggunaan bahan yang original produk dari Golok Senyawa ini memiliki keunikan dalam bagian gagang golok yang bisa menjadikan golok sebagai benda hias oleh konsumen.

ESP (*Emotional Selling Proposition*)

Bentuk dari ukiran yang dapat di *custom* terutama bagian gagang Golok Senyawa menyuguhkan visual yang estetika kepada konsumen agar bisa memiliki golok tersebut sesuai keinginan yang dapat digunakan dengan fungsi lain sebagai benda hias, atau properti acara kesenian dan yang lainnya.

II.4 Resume

Golok Senyawa yang berada di desa Cisewu. Golok Senyawa milik Gilang Muharram sejak tahun 2017 diproduksi yang berawal dari hobi, dengan bahan khusus pesanan para pelanggan, mulai dari bijih besi terutama kayu untuk menghasilkan produk yang berkualitas, agar bisa nyaman digunakan dan dilihat oleh pelanggan, memiliki hal yang unik untuk bisa menarik pelanggan yaitu dari bentuk yang ciamik, dibuat khusus dengan manual oleh tangan pengukir yang dibentuk bisa mengikuti keinginan pelanggan. Namun dalam produk Golok Senyawa belum memiliki *marketplace online* karena keterbatasan pembuatan dan bahan yang tidak selalu sedia untuk stok di *marketplace online*, produk ditampilkan melalui *channel* Youtube Golok Senyawa agar bisa dilihat oleh para khalayak. Produk ini juga belum memiliki identitas visual secara khusus, sehingga mudah dikenali oleh khalayak, karena adanya produk serupa dari jenis usaha yang sama membuat produk ini susah dikenali, terlihat samar di pasaran menyatu dengan produk yang sama tersebut, yang juga tidak memiliki identitas visual khusus, maka citra positif produk Golok Senyawa susah dikenali oleh khalayak, maka dari hal itu dibutuhkan identitas visual sebagai ciri khas juga pembeda dari Golok Senyawa.

II.5 Solusi Permasalahan

Golok Senyawa menjadi salah satu produk usaha dari desa Cisewu, namun karena banyaknya usaha yang menyerupai produk ini, cukup sulit mengenali yang mana merupakan produk Golok Senyawa, maka identitas visual secara khusus menjadi hal yang diperlukan untuk Golok Senyawa, sehingga citra positif dari produk dapat dikenali oleh khalayak dan tidak tertukar dengan produk pesaing. Juga berperan sebagai wajah baru meningkatkan citra produk sebagai benda hias selain sebagai benda pakai perkakas, dari produk ini yang akan menjadi ciri khas pembeda dari yang lain.