

## PERANCANGAN COFFEE TABLE BOOK “OEANG REPOEBLIK INDONESIA”

David Happy Christian, Geggy Gamal Surya  
Desain Komunikasi Visual Universitas Esa Unggul, Jakarta  
Jalan Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510  
Geggy.gs@esaunggul.ac.id

### Abstrak

Terdapat banyak peristiwa bersejarah di Indonesia yang semakin lama, semakin terkikis keberadaannya. Salah satunya adalah sejarah peristiwa Oeang Repoeblik Indonesia yang merupakan uang pertama bagi Republik Indonesia dan sebagai uang perjuangan yang dapat mempersatukan semangat perjuangan pada masyarakat Indonesia menancapkan kedaulatan Republik Indonesia. Selain itu ORI merupakan simbol dari sebuah perjuangan, karena pada saat itu dalam mencetak ORI perlu adanya perjuangan. Untuk menyebarluaskan peredaran ORI ke masyarakat luas, para pejuang harus menghadapi ketatnya pengawasan dari pihak Belanda. Oleh karena itu, peristiwa sejarah ORI ini harus dijaga dan dikomunikasikan dengan baik ke masyarakat sekarang ini, agar seluruh masyarakat Indonesia mengetahui sejarah ini dan aware terhadap sejarah ORI, sehingga dapat menumbuhkan rasa nasionalisme dalam hati masyarakat Indonesia. Maka dari itu dibutuhkan suatu media yang familiar disemua kalangan masyarakat yaitu media publikasi buku, untuk meningkatkan *awareness* terhadap buku sejarah ORI maka *visual* buku dapat menarik pembaca. Oleh karena itu coffee table book menjadi jenis buku yang tepat untuk media perekam peristiwa ORI ini, dengan menggunakan *keyword* “Proklamasi” yang mendukung sejarah ORI sebagai Identitas negara Republik Indonesia. Pemasaran buku ini memiliki target utama dengan umur 38-50, dan target sekunder 20- 30 tahun. Demikian perancangan *coffee table book* sebagai media perekam *coffee table book* untuk menjaga kelestarian dari sejarah ORI agar tetap dapat diceritakan kepada generasi selanjutnya, yang dapat bertujuan untuk meningkatkan rasa nasionalisme terhadap bangsa Indonesia.

**Kata kunci:** perancangan, coffee table book, oeang Indonesia

### Pendahuluan

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan hasil informasi, yang dibutuhkan manusia sebagai individu yang mempunyai tingkat sosialisasi tinggi, dimana selalu membutuhkan topik untuk berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Dengan situasi demikian dibutuhkan suatu informasi yang dikemas dalam media yang tepat, sehingga memerlukan proses pengintegrasian antara media dan informasi. Sejalan dengan akselerasi komunikasi yang berkembang mengakibatkan muncul variasi gaya komunikasi pada manusia yang merupakan makhluk dengan akfitas sosial yang berintensitas tinggi. Pada hakikatnya kegiatan komunikasi melibatkan kuantitas individu yang lebih dari satu. Komunikasi terjadi jika setidaknya suatu sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk *verbal* (kata-kata) atau bentuk non-verbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah

pihak memiliki sistem simbol yang sama.

Dengan berjalannya sistem proses aktifitas komunikasi antar individu, menciptakan gaya komunikasi atau *communication style* yang didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi digunakan dalam suatu situasi tertentu (*a specialized set of intexpersonal behaviors that are used in a given situation*). Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari satu gaya komunikasi yang digunakan, bergantung pada maksud dari pengirim (*sender*) dan harapan dari penerima (*receiver*). Dalam pemahamannya untuk mengolah data menjadi informasi, Henry Farol dan Frederick Taylor dalam Koontz, O'Donnel, dan Wehrich (1986), menggunakan pendekatan *Input-Output Model*. Menurut Fayol dan Taylor, masukan

(*input*) dari “pabrik” (otak) informasi berupa stimulus yang ditangkap panca indera, selanjutnya diteruskan ke otak/pusat syaraf. Di dalam otak, stimulus mengalami proses transformasi, yaitu diolah dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan iman seseorang. Keluaran (*output*) dari proses tersebut berupa informasi yang diingat (memori) dalam diri seseorang atau diteruskan kepada orang lain.

### **Oeang Repoeblik Indonesia (ORI)**

Mulai diedarkan ORI (Oeang Repoeblik Indonesia) pada 30 Oktober 1946, berdasarkan menteri keuangan No.SS11135 tanggal 29 Oktober 1946. Penerbitan mata uang sendiri merupakan salah satu pekerjaan yang besar setelah proklamasi kemerdekaan, pekerjaan ini tidaklah mudah karena banyak mengalami keterbatasan dalam berbagai bidang, salah satunya karena situasinya belum aman sepenuhnya. Sesuai dengan instruksi menteri keuangan pada waktu itu yang dijabat oleh Mr. AA.Maramis, tim serikat Buruh Percetakan G.Kolf di Jakarta selaku tim pencari data mencari percetakan uang dengan teknologi yang cukup modern. Berdasarkan penilaian tim, percetakan G. Kloff di Jakarta dan percetakan *Nederlandsch Indische Metaalwaren en Emballage Fabrieken (NIMEF)* di kendalpayak, Malang, yang dianggap memenuhi persyaratan. Panitia Penyelenggara Pencetakan Uang Kertas Replublik Indonesia dibentuk berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan. Sebagai Ketua Panitia ditetapkan T.R.B Sabaroedin dari Kantor Besar Bank Rakyat Indonesia, sedangkan anggota-anggotanya terdiri dari pejabat-pejabat dari kementerian keuangan, kementerian penerangan, Bank Rakyat Indonesia, dan wakil-wakil dari Serikat Buruh Percetakan. Percetakan Balai Pustaka Jakarta berperan dalam pembuatan desain dan bahan-bahan induk (master) berupa negatif kaca yang dilakukan oleh Bunyamin Suryohardjo, sedangkan pelukis Abdulsalam dan Soerono tercatat sebagai pelukis pertama RI. Selanjutnya proses cetak offset di lakukan di Percetakan Replublik Indonesia, Salemba, Jakarta yang berada di bawah Kementerian Penerangan. Pencetakan ORI dikerjakan setiap hari dari pagi hingga malam sejak Januari 1946, akan tetapi pada Mei 1946 situasi menjadi situasi keamanan mengharuskan pencetakan ORI di Jakarta dihentikan dan dipindahkan ke daerah-daerah

pedalaman, seperti Yogyakarta, Surakarta, Malang, dan Ponorogo dengan memanfaatkan percetakan-percetakan swasta yang dinilai baik dan relatif modern.

Menjelang akhir Oktober 1946 kerja besar dan kerja keras pemerintah untuk menerbitkan uang sendiri membuahkan hasil Undang-Undang No.17 tahun 1946 tanggal 1 Oktober 1946 menetapkan pengeluaran Oeang Replublik Indonesia sedangkan melalui Undang-Undang no.19 tahun 1946 tanggal 25 Oktober 1946 ditetapkan patokan nilai 10 rupiah ORI = 5 gram emas murni dan nilai tukar 1 rupiah ORI = 50 Rupiah Jepang di Jawa dan 1 Rupiah ORI = 100 Rupiah Jepang di Sumatera. Sementara itu, dengan keputusan Menteri Keuangan No.SS11135 tanggal 29 Oktober 1946 ditetapkan berlakunya ORI secara sah mulai tanggal 30 Oktober 1946 pukul 00.00. Selain itu ditetapkan pula jangka waktu penarikan uang Hindia Belanda dan uang pendudukan Jepang dari peredaran. Pada ORI penerbitan pertama yang berlaku mulai 30 Oktober 1946 tercantum tanggal emisi 17 Oktober 1945. Ini menunjukkan cukup panjangnya proses yang harus ditempuh dalam mempersiapkan penerbitan ORI sebagai salah satu identitas negara Indonesia. Walaupun ejaan yang umum dipakai untuk “u” adalah “oe”, tetapi uang pertama replublik Indonesia sudah menggunakan ejaan Suwandi yaitu “u” untuk menggantikan “oe”, misalkan republik, rupiah, satu, sepuluh, seratus. Penerbitan ORI merupakan satu peristiwa yang sangat penting dan membanggakan dalam perjalanan sejarah bangsa Indonesia.

Pada awal peredaran ORI kepada setiap orang penduduk diberikan 1 rupiah ORI untuk mengganti sisa uang Jepang yang masih dapat dipakai pada tanggal yang ditetapkan pada tanggal 16 Oktober 1946, yaitu tanggal yang ditetapkan untuk penukaran simpanan di Bank dengan ORI. Hingga akhir tahun 1949 telah diterbitkan 5 emisi ORI. Walaupun unsur-unsur pengaman uang dan teknik percetakan uang yang digunakan masih sederhana, namun pada ORI sudah dicantumkan ciri-ciri umum uang secara lengkap, seperti tanda tangan, tanggal tahun emisi, ketentuan hukum dan pernyataan sebagai alat pembayaran yang sah.

Serangan umum 1 Maret 1949 atas kota Yogyakarta, menurut seorang ahli dari Amerika Serikat George M.C.T. Kahin dalam bukunya “*Nationalism and Revolution in Indonesia*”, ternyata berdampak pada nilai tukar ORI terhadap uang NICA. Banyak petani menolak uang NICA sehingga nilai tukar yang sebelum serangan umum 1: 500 berturut-turut menurun menjadi 1:130, 1:110, 1: 90. Bukan tidak mungkin bahwa gambar presiden Soekarno pada ORI yang sederhana itu mampu membangkitkan nasionalisme yang kuat. Setelah Belanda meninggalkan Yogyakarta menjelang akhir Juni 1949, Menteri Negara/Kordinator Keamanan Sri Sultan Hamengku Buwono IX menetapkan bahwa ORI tetap berlaku sebagai alat pembayaran yang sah selain uang NICA yang beredar selama kependudukan.

### **Maksud dan Tujuan Perancangan**

Dengan adanya proyek ini, bertujuan untuk mendokumentasikan sejarah ORI sebagai alat perjuangan dalam mencapai kemerdekaan, diharapkan masyarakat Indonesia dapat mengetahui informasi tentang peristiwa sejarah tersebut sehingga memacu timbulnya semangat nasionalisme pada masyarakat Indonesia. Selain itu, menyadarkan masyarakat untuk mulai menghargai identitas negara Indonesia dimana salah satunya adalah uang negara Republik Indonesia.

### **Metode Penelitian**

#### **Kajian Pustaka**

Metode yang dilakukan dalam mengumpulkan data adalah dengan kajian pustaka melalui buku – buku untuk mendapatkan teori – teori umum tentang Desain Komunikasi Visual, teori komunikasi, dan mencari sumber-sumber buku (katalog, arsip) mengenai arsip sejarah ORI, dengan menggunakan media cetak atau elektronik yaitu internet untuk lebih mendapatkan perkembangan informasi terbaru serta mendapatkan referensi untuk kepentingan karya.

### **Wawancara**

Proses wawancara dilakukan terhadap narasumber yang mengetahui tentang seluk beluk sejarah tentang ORI, seperti kolektor, kurator museum. Kemudian mewawancarai kaum veteran yang hidup pada masa ORI untuk

mengetahui fungsi sebenarnya tentang ORI, sehingga dapat membantu dalam pengembangan visual dan komunikasi yang tepat

### **Observasi**

Observasi merupakan kegiatan pengamatan langsung dan mencatat yang dilakukan di tempat – tempat yang menjadi obyek penelitian, seperti museum Bank Indonesia, Museum Bank Mandiri, dan Museum Reksa Artha, yang menjadi tempat dalam pemeliharaan uang-uang ORI, alat-alat percetakan ORI, dan arsip tentang ORI.

### **Hasil dan Pembahasan**

Aplikasi media utama dibuat berupa buku yang merupakan salah satu publikasi desain yang dapat dijumpai oleh semua kalangan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Bentuk penyajian dalam perancangan *coffee table book* sejarah perjuangan Oeang Republik Indonesia (ORI) dibuat dengan ukuran kertas 23x36.5cm *full colour*, yang secara keseluruhan terdiri dari 149 halaman. Terdiri dari 4 *chapter*: model uang ORI (emisi 1-emisi 5), alat percetakan ORI, lukisan peristiwa perjuangan ORI, dan para perintis ORI. Setiap *chapter* memiliki tata *layout* yang berbeda agar buku terlihat lebih bervariasi sehingga akan meninggalkan suatu kesan dalam setiap *chapter*nya ditambah dengan halaman intro sebelum memasuki pembahasan utama. Walaupun setiap *chapter* memiliki tata *layout* yang berbeda tetapi tetap terdapat kesinambungan baik itu dengan warna, jenis *font* dan adanya susunan *emphasis* desain yang sama.

### **Chapter Intro**

Bagian intro didalam sebuah buku, merupakan suatu bagian pelengkap sebelum memasuki pembahasan utama, dalam bagian intro biasanya membahas tentang informasi-informasi pendukung pada informasi utama. Dalam perancangan *chapter* intro *coffee table book* perjuangan ORI, berisi peta pembagian ORI dan penjelasannya, diikuti dengan image-image mengenai letak percetakan dan peristiwa pembagian uang ORI pertama kali, serta penjelasannya. Berikut merupakan

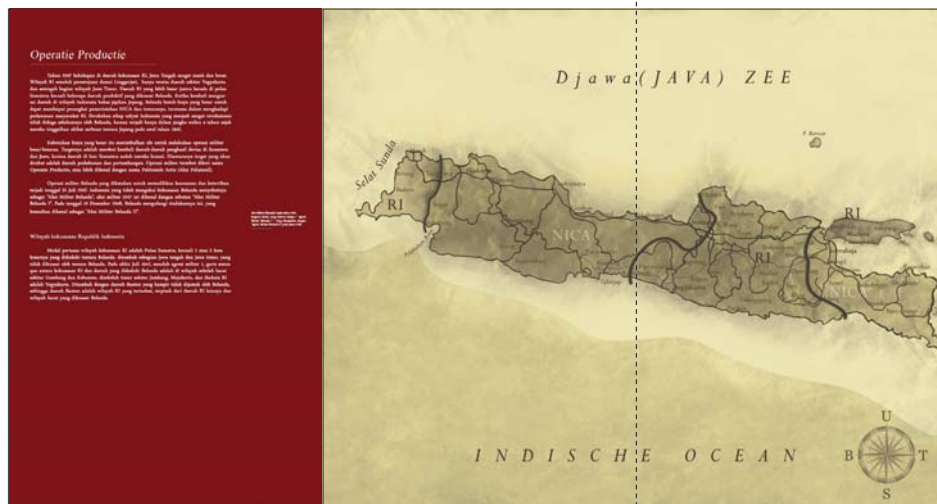
halaman intro yang terdiri dari pembahasan mengenai:

- Peta Jawa: Dalam pembahasan mengenai peta bentuk halaman image peta dibuat dalam bentuk melipat atau *folding*, karena aplikasi *image* peta yang membutuhkan

dimensi yang luas sehingga nama-nama kota terlihat dengan jelas. Pada *imaginya* menampilkan peta yang kuno /klasik yang didukung dengan menamai nama kota dengan ejaan lama.



Gambar 1  
Halaman pembuka buku



Gambar 2  
Halaman pembuka dengan lipatan terbuka





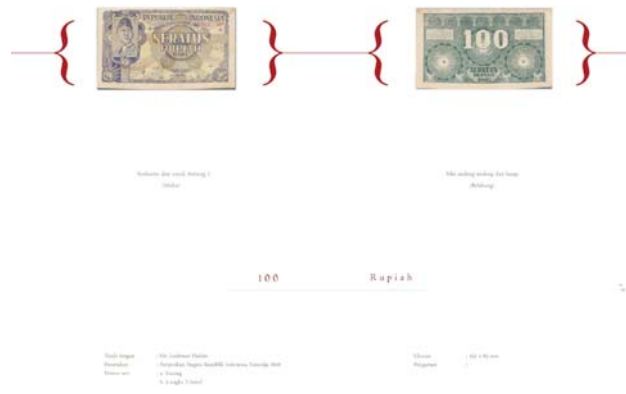


Dua gambar tersebut selanjutnya berisikan masing-masing gambar yang sudah selesai dicetak. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil cetak sudah benar-benar sesuai dengan yang diinginkan. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa hasil cetak sudah benar-benar sesuai dengan yang diinginkan.

**100 Rupiah**

Salinan resmi di Bank Indonesia (BI) Republik Indonesia yang diterbitkan pada tanggal 10 Agustus 2016. Salinan resmi ini diterbitkan oleh Bank Indonesia (BI) Republik Indonesia yang diterbitkan pada tanggal 10 Agustus 2016.

**Gambar 6**  
Halaman subtitle



**Gambar 7**  
Halaman model Oeang Republik Indonesia



**Gambar 8**  
Halaman pembuka alat cetak ORI



**Gambar 9**  
Halaman pembuka dan isi dari bagian buku tentang tokoh perintis ORI



**Gambar 10**  
Cover coffee table book “Oeang Repoeblk Indonesia”

### Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil mengenai publikasi peristiwa sejarah Indonesia yang dapat direkam dengan media apapun. Pemilihan media publikasi buku untuk merekam peristiwa perjuangan sejarah ORI ini, karena buku merupakan media publikasi yang sudah melekat dalam kehidupan sehari-hari target *audience* (dewasa), walaupun telah banyak berkembang pesatnya teknologi dalam media, tetap saja mereka (target *audience*) masih membutuhkan bentuk atau fisik yang

bisa diraba dan dinikmati secara leluasa. Tetapi walaupun buku tetap mempunyai tempat dalam pasar, tampilan bukupun harus berbeda yang dapat membuat *audience* terkesan saat melihat suatu buku. Maka untuk mempublikasikan sejarah peristiwa perjuangan ORI ini, jenis *coffee table book*lah merupakan media yang sesuai untuk mempublikasikan informasi ini. Sehingga informasi sejarah ini dapat dikemas dengan tampilan yang menarik, elegan, dan dapat meningkatkan *awareness audience* terhadap peristiwa sejarah Indonesia.

Dalam menyajikan suatu informasi bersejarah dibutuhkan sumber yang dapat memberikan informasi yang valid, karena dalam sejarah ORI banyak informasi yang rancu dimana para ahli sejarah, numismatis, dan sebagainya, sering berbeda pendapat jika berbicara tentang ORI. Media yang merekam tentang peristiwa ORI pun sangat sukar untuk ditemui, sehingga informasi sejarah ini lambat laun terancam diabaikan oleh masyarakat Indonesia sendiri. Dan juga disaran pada lembaga-lembaga seperti museum yang tidak mempunyai promosi yang kuat untuk menarik perhatian masyarakat untuk berkunjung dan mengetahui informasi mengenai sejarah peristiwa Oeang Repoeblik Indonesia. Dan juga disarankan bagi mahasiswa lain yang membuat perancangan dalam bentuk media apapun yang menyangkut mengenai sejarah Indonesia lainnya, diharapkan dapat menyadarkan audience bahwa sejarah itu harus dihargai sehingga pengerjaan perancangan yang telah dibuat tidak sia-sia. Jika dalam pengerjaan tersebut memerlukan bantuan dari suatu lembaga, atau departemen nasional sebaiknya direncanakan dari awal sehingga mendapat kepastian, karena dalam prosesnya lembaga-lembaga tersebut kurang bertanggung jawab dan tidak merespon dengan baik.

### **Daftar Pustaka**

- Adrianto, Elvinaro. *7 Pilar Strategi Komunikasi Bisnis*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Darmaprawira, Sulasmi. 2002. *Warna Teori dan Kreatifitas penggunaannya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Komala, Lukiaty. 2009. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjajaran.
- Kuntarto, Niknik M. 2007. *Cermat dalam berbahasa Teliti dalam berpikir*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sachari, Agus. 2006. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sihombing, Danton. 2001. *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sobur, Alex. 2004. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Swedlund, Charles, *Photography*, 1974, Holt, Renihart and Winston, inc.
- Tim Sejarah Bank Indonesia. *Sejarah Bank Indonesia Periode 1: 1945-1959*. Bank Indonesia.