

Representasi Hindia Belanda dalam penggambaran sosok penari wayang orang pada rancangan mata uang gulden

Iwan Gunawan*

Program Studi Seni, Sekolah Pascasarjana, Institut Kesenian Jakarta
Jalan Cikini Raya 73, Cikini, Menteng, Jakarta, Indonesia

*Correspondence author: iwangunawan@iki.ac.id

Received: 29/01/2025	Revised: 18/02/2025	Accepted: 20/02/2025
----------------------	---------------------	----------------------

Abstrak. Hindia Belanda, pada tahun 1930-an, menerbitkan uang kertas Gulden dalam seri “Wayang Orang”. Penggunaan gambar sosok penari wayang orang, salah satu kesenian Jawa pada mata uang Hindia Belanda tampak menunjukkan perhatian penjajah pada kebudayaan yang dijajahnya. Pola penggunaan ilustrasi sosok penari wayang orang ini juga selanjutnya digunakan di pemerintahan selanjutnya, pemerintahan masa penjajahan Jepang dan Republik Indonesia. Hal yang wajar ketika mata uang sebagai representasi dan simbol identitas negara menampilkan kebudayaannya. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengungkap sisi lain penggunaan “ilustrasi” sosok wayang orang pada mata uang Hindia Belanda, apakah benar hanya sebagai penanda identitas negara, penghias atau ada hal lain. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan secara khusus menerapkan metodologi visual dari Gilian Rose. Untuk memahaminya digunakan pendekatan historiografi ilmu sejarah, orientalisme dan pendekatan *nation branding*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan ilustrasi penari wayang orang bukan sekadar penanda identitas budaya, tetapi juga bagian dari strategi pencitraan kolonial. Pemerintah Hindia Belanda menciptakan narasi bahwa mereka memiliki kepedulian terhadap budaya Jawa, sekaligus membangun citra Belanda sebagai penjajah yang “menghargai” budaya lokal. Namun, dalam konteks kolonialisme, penggunaan imaji kebudayaan tradisional ini juga dapat dimaknai sebagai bentuk klaim kepemilikan budaya oleh pemerintah kolonial.

Kata Kunci: Uang Kertas, Orientalisme, Kolonialisme, Wayang Orang, *Nation Branding*

Abstract. *The Dutch East Indies, in the 1930s, issued Gulden banknotes in the “Wayang Orang” series. The use of the figure of a wayang orang dancer, one of the Javanese arts on the Dutch East Indies currency seemed to show the colonizer’s attention to the colonized culture. The pattern of using the illustration of the figure of the puppet dancer was also subsequently used in the next government, the Japanese colonial government and the Republic of Indonesia. It is natural when currency as a representation and symbol of the country’s identity displays its culture. The purpose of this study is to reveal the other side of the use of “illustrations” of puppet figures on Dutch East Indies currency, whether it is true only as a marker of state identity, decoration or something else. This research uses qualitative methods and specifically applies Gilian Rose’s visual methodology. To understand it, the historiography approach of history, orientalism and nation branding approach are used. The results show that the use of illustrations of wayang orang dancers is not just a marker of cultural identity, but also part of a colonial image strategy. The Dutch East Indies government created a narrative that they cared about Javanese culture, as well as building an image of the Dutch as colonizers who “appreciated” local culture. However, in the context of colonialism, the use of traditional cultural imagery can also be interpreted as a form of cultural ownership claim by the colonial government.*

Keywords: *Banknotes, Orientalism, Colonialism, Wayang Orang, Nation Branding*

Pendahuluan

Sejarah uang, bermula pada masa kerajaan di Nusantara yang berbentuk uang logam, sebelum masa penjajahan Belanda. Uang kertas tercatat beredar baik pada masa pendudukan Belanda maupun setelahnya, dan tetap beredar di seluruh wilayah Republik Indonesia dan pendudukan Jepang. "Bank dapat menerbitkan uang kertas sebagai alat pembayaran yang sah dengan nilai tidak kurang dari 5 gulden," dalam oktroi kedelapan (1906–1921). De Javasche Bank (DJB), bank swasta di Hindia Belanda, semakin berkembang setelah mulai menerbitkan uang (Kusuma, 2021, p. 189). Gulden, yang menggunakan tanda "ƒ" ("florin"), adalah mata uang yang diterbitkan. Gulden, yang digunakan sejak abad ke-15 di Belanda, pada tahun 2002 digantikan mata uang "Euro" untuk hampir seluruh Eropa.

Melalui desain uang kertas yang diterbitkan sekitar tahun 1930-an ini, Belanda tampaknya berusaha membangun asosiasi positif antara budaya Jawa dan Belanda. Pemerintah Hindia Belanda berusaha menampilkan citra bangsa yang menghargai kebudayaan dari orang-orang jajahan, salah satunya dengan menggunakan gambar sosok penari wayang orang pada uang kertas yang beredar di Hindia Belanda. Belanda juga menganggap bahwa seni pertunjukan Wayang adalah kebudayaan yang tinggi dan bernilai.

Penelitian tentang uang kertas kolonial ini, mencoba memahami hubungan antara negara jajahan dengan penjajahan yang terwujud dalam desain mata uang kertas. Said (1995) menyatakan bahwa "Orientalisme adalah representasi Timur di mata Barat melalui "konstruksi sosial Timur, sebagai yang paling utama dalam sejarah, sastra, seni, musik, dan budaya populer" (p. 23). Penulis menggunakan pendekatan sejarah dan orientalisme seperti yang disampaikan Edward Said tersebut. Selain itu, menurut Said, Orientalisme merupakan wacana kolonial yang mendukung representasi diri dan definisi diri Barat melalui *Otherring of the East*. Sosok Wayang Orang yang berakar dari kebudayaan Jawa ditempatkan dalam suatu bingkai mata uang kertas kolonial, suatu bagian dari struktur kekuasaan yang diterbitkan pemerintah Hindia Belanda. Edward Said juga berpendapat bahwa studi akademis dan politik Barat tentang Timur serta sastra dan seni abad kesembilan belas tertanam dalam mentalitas imperialisme. Dari relasi kuasa yang miring antara Timur dan Barat, barat membentuk (dan masih mempertahankan hingga sekarang) citra Timur yang selalu kontras secara negatif (sebagai yang "lebih lemah", semakin "tidak berdaya", dan "rendah moral") dengan Barat. citra diri "Orientalisme" ini adalah sistem yang mengabadikan diri sendiri yang karenanya juga melanggengkan ketidaksetaraan dalam kekuasaan (Said dalam Bloembergen & Jackson, 2006, p. 5).

Untuk memahami pola pikir sudut pandang Belanda penulis juga menggunakan konsep *Nation Branding*. Desain uang kertas memiliki fungsi-fungsi yang umum dan normatif sesuai unsur-unsur di dalamnya yang memberikan informasi dasar. Unsur-unsur visual tersebut merupakan bagian dari konstruksi identitas dan *brand* dari suatu negara. Di balik *brand* tersebut ada keputusan-keputusan desain yang menunjukkan strategi kolonial. Konsep branding bukan hanya terbatas penggunaannya pada produk atau jasa, melainkan juga bisa digunakan untuk secara praktis menciptakan imaji positif terhadap suatu kawasan bahkan negara atau yang disebut sebagai Nation Branding. Menurut Anholt (2011), *branding* memiliki relevansi terhadap negara, terutama ketika suatu negara ingin merepresentasikan diri kepada dunia. Tujuan dari *nation branding* adalah untuk menciptakan citra positif negara. Citra yang harus diciptakan di dalam pikiran konsumen didefinisikan sebagai berikut: Sebuah gambar terdiri dari persepsi subjektif yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek (dalam hal ini suatu bangsa) yang terdiri dari sejumlah citraan mental yang terbatas, dalam bentuk keyakinan, ide, dan kesan yang mungkin tidak selalu sama dengan elemen yang didefinisikan secara objektif dari objek (Dinnie, 2015; Jaffe & Nebenzahl, 2006).

Desain numismatik sering mencerminkan sikap politik negara. Misalnya, uang kertas dengan gambar pemimpin revolusi menunjukkan narasi anti-kolonial, sementara desain yang menampilkan keindahan alam menunjukkan romantisme dan eksotisme pada kekayaan sumber daya alam. Sementara, imaji tentang teknologi dan pembangunan seringkali merepresentasikan ideologi modernisasi atau “pembangunanisme”.

Penelitian ini berfokus pada ilustrasi sosok penari wayang orang yang digunakan pemerintah Hindia Belanda untuk menunjukkan bagaimana sikap Hindia Belanda pada kebudayaan dari wilayah jajahannya. Dalam penelitian ini, media yang dimaksud yaitu uang kertas dan negara kolonial yang menyebarkan adalah Hindia Belanda di tahun 1930-an (Ahmad, 2022). Uang kertas merupakan salah satu penanda Nasional di samping atribut-atribut kenegaraan lainnya. Di dalam rancangan uang kita bisa melihat bagaimana suatu negara mencitrakan dirinya terutama melalui ilustrasi pada mata uang tersebut. Penggunaan imaji penari wayang orang dalam suatu obyek yang merupakan bagian dari struktur administrasi negara (uang kertas) sekaligus merupakan identitas dari negara, menunjukkan suatu pemahaman tersendiri yang perlu dikaji lebih jauh.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan suatu perspektif tentang hubungan antara Hindia Belanda dan daerah jajahannya, khususnya Yogyakarta-Surakarta yang dilakukan melalui analisis dari uang kertas dan hubungannya dengan suatu bentuk kesenian Jawa. Perspektif tersebut beranjak dari pemahaman tentang praktik *branding* yang digunakan untuk menjelaskan lebih dalam tentang peran penggunaan sosok penari wayang orang dalam media uang kertas. Lingkup penelitian bertolak dari obyek mata uang Gulden Hindia Belanda yang diterbitkan Javasche Bank pada sekitar 1933-1938. Obyek tersebut diposisikan pada kerangka fungsi peran simbolik di dalam latar waktu kolonial 1930-an, melihat bagaimana sikap politik Hindia Belanda terhadap kawasan koloninya.

Dari penelitian ini kita bisa belajar lebih spesifik tentang Desain Komunikasi Visual. Dari sisi kajian, kita belajar mengungkap hal-hal yang tampaknya “wajar” dalam suatu desain, yang sebenarnya memiliki kandungan keberfahaman pada suatu nilai tertentu. Di sisi praktik penciptaan desain, dengan memahami makna lain yang bisa muncul dalam suatu praktik komunikasi kita menjadi lebih berhati-hati dan penuh pertimbangan dalam memilih imaji yang kita tampilkan. Desain yang kita buat bisa menyiratkan suatu citra yang sebenarnya tidak kita inginkan. Sebaliknya “desain” bisa menutup tujuan sebenarnya dari penyampaian pesan dalam proses komunikasi tersebut. Dari sisi sejarah desain, ditemukan bahwa pendekatan kreatif yang dilakukan setelah di masa Republik Indonesia hingga tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan Hindia Belanda dan masa pendudukan Jepang. Pada masa pendudukan Jepang, sempat dikeluarkan uang bergambar wayang Gatotkaca, Sepoeloh Roepiah, dan uang kertas Rupiah pada masa republik Indonesia, juga banyak yang menggunakan imaji “kebudayaan tradisional Indonesia”. Ditemukan satu lagi mata uang R.I senilai 2,5 rupiah yang menggunakan gambar penari wayang orang perempuan. Penting untuk memahami akar atau awal berkembangnya pendekatan kreatif tersebut sebagai dasar penciptaan desain uang kertas di masa mendatang.

Dengan sudut pemahaman bahwa dari sisi desain kita saat ini sedikit banyaknya masih “meneruskan” pendekatan desain bangsa Belanda tersebut, saya mencoba menelusuri bagaimana desain mata uang kertas Gulden yang pernah beredar di Hindia Belanda mengonstruksi karakter identitas sesuai imaji bangsa Belanda tentang “bangsa yang menghargai kebudayaan lokal” melalui ilustrasi sosok penari Wayang Orang. Hasilnya, diharapkan akan memahami tentang keberadaan sikap politik di balik penggunaan ilustrasi sosok penari wayang orang pada uang kertas tersebut.

Ada beberapa penelitian lain yang juga membahas tentang uang kertas di masa kolonial. Penulis juga melakukan penelitian dengan pendekatan yang sejenis namun pada media kolonial buku pelajaran untuk siswa di *Lagere School* (pendidikan setingkat sekolah dasar) pada masa kolonial. Penelitian ini memilih lima buku pelajaran berbahasa pengantar bahasa Belanda yang

diterbitkan pada tahun 1910-1940. Adegan-adegan dalam ilustrasi menggambarkan kehidupan sehari-hari yang menunjukkan kegiatan masyarakat (anak-anak) di masa penjajahan, juga menggambarkan bagaimana mereka berinteraksi dengan masyarakat Eropa. Selain menandai pertemuan kebudayaan Eropa (Belanda) dan kebudayaan lokal yang kemudian masuk ke dalam nilai-nilai kehidupan yang dilanjutkan hingga kini, dan kemudian bisa ditemukan adanya karakteristik kolonialisme yang menyusup lewat gambar-gambar ilustrasi di situ. Penelitian ini menggunakan pendekatan pascakolonialisme.

Penelitian tentang posisi Belanda atas budaya Nusantara yang tergambarkan dalam pameran Expo sebelumnya pernah dilakukan Tjahjawan and Sabana (2015). Penelitiannya menelusuri bagaimana kekayaan budaya Nusantara, baik dalam bentuk artefak maupun figur manusia dan desanya, dipamerkan di *World Expo* Paris tahun 1889. Keseluruhan pameran tersebut menunjukkan cara pandang Belanda terhadap peradaban nusantara dan bagaimana kekayaan daerah (dan budaya) nusantara dinyatakan sebagai milik negara Belanda (Tjahjawan & Sabana, 2015). Sikap memamerkan kampung dan manusia Jawa dalam suatu Expo dunia merupakan perwujudan dari sikap orientalisme Barat. Belanda dengan menggunakan tata nilai peradaban dan budaya Barat memandang Jawa sebagai "yang berbeda" dengan Barat.

Banindro (2010) menguraikan hasil penelitiannya yang menegaskan bahwa permasalahan dalam desain mata uang kertas, bukan sekedar ekspresi seni rupa dan estetika, namun akan terkait dengan ideologi juga. Ideologi dibaca melalui kode-kode visual dari rancangan grafis uang tersebut. Jadi menurut Banindro (2010), "memahami seni adalah usaha membaca simbol yang digunakan dalam budaya masyarakat tertentu, manusia dapat mengekspresikan dan memancarkan pengalamannya dalam bentuk ujud atau rupa. Dalam gambar uang kertas, ekspresi visual yang dituangkan dapat mencerminkan gagasan, ide, konsep atau muatan politik terkait legitimasi dan ideologi." Penelitian ini meneliti uang kertas yang pernah beredar di Indonesia, menggunakan metodologi semiotika.

Yonita et al. (2018) melakukan penelitian tentang simbol-simbol yang digunakan dalam uang Rupiah kertas TE 2016 dan ditemukan bahwa simbol-simbol Garuda Pancasila, teks Negara Kesatuan Republik Indonesia dan gambar peta Indonesia serta ilustrasi-ilustrasi; Pahlawan Nasional, Tarian Daerah, tempat Wisata Alam, Bunga, dan Motif Batik digunakan dalam seri uang tersebut. Simbol-simbol dan ilustrasi tersebut mengonstruksi makna *Autonomous*, *Unity*, dan *Identity* yang menjadi unsur dalam nasionalisme. Untuk menemukan makna simbolis yang akhirnya mengonstruksi makna nasionalisme tersebut, digunakan metodologi semiotika Charles Sanders Peirce.

Ahmad (2022) menyampaikan hasil penelitiannya tentang sejarah mata uang di Indonesia, terutama mata uang pada masa akhir kekuasaan kolonial hingga awal kemerdekaan Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian sejarah yang terdiri dari lima tahap, yakni pemilihan topik, pengumpulan sumber, verifikasi (kritik sejarah, keabsahan sumber, dan relevansi sumber), interpretasi (analisis dan sintesis), serta penulisan narasi sejarah (historiografi). Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Nusantara sudah mengenal mata uang sejak abad ke-9 Masehi, yang berasal dari Kerajaan Jenggala. Lalu di masa penjajahan Belanda, masyarakat menggunakan mata uang Gulden dan masa Pendudukan Jepang mulai menggunakan mata uang Rupiah. Pada awal kemerdekaan, Indonesia mengadopsi tiga jenis mata uang sebagai alat tukar sementara. *Oeang Republik Indonesia* (ORI) secara resmi diedarkan pada 30 Oktober 1946. Sejak pertama diedarkan hingga tahun 1949, ORI telah dicetak dalam lima kali emisi.

Dari penelusuran atas penelitian-penelitian terkait sebelumnya, didapatkan beberapa pemahaman. Di samping kronologi sejarah dari mata uang di Indonesia, juga didapatkan pemahaman atas bagaimana desain bisa turut menciptakan nilai nasional serta memahami aspek-aspek visual (simbol dan ilustrasi) apa saja yang bisa menjadi tanda identitas kebangsaan. Juga, bahwa pada dasarnya negara kolonial berusaha mencitrakan diri sebagai negara yang

bersikap adil terhadap negara yang dijajah. Politik yang tersembunyi bisa terbaca mulai dari apa yang dipaparkan melalui dengan rancangan tata ruang dan pameran seperti pameran Expo hingga media buku pelajaran. Para peneliti sebelumnya membahas tentang nilai nasionalisme pada uang republik Indonesia.

Penulis juga pernah meneliti hal yang serupa melalui pembahasan atas iklan masa kolonial dalam penelitian disertasi yang diterbitkan dengan berjudul *Iklan Masa Kolonial: Propaganda Kebudayaan* (Gunawan, 2012). Propaganda kolonial, yang berdasar pada politik segregasi ras nyata terungkap dari pembacaan atas ilustrasi iklan tersebut. Dari penelitian ini terungkap bagaimana Ideologi atau pendirian suatu negara bisa dibaca melalui gambar-gambar yang bersifat populer dan komersial. Fakta-fakta tersebut memunculkan pertanyaan tentang bagaimana aspek komunikasi (visual) yang secara tidak langsung turut menata sekaligus mengungkap hubungan antara kolonial dan koloninya.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan secara khusus menerapkan metodologi visual dari Gilian Rose (2002, p. 1): "*Visual research is concerned with how images, objects, and practices of looking contribute to the ways in which social life is understood and organized.*". Penelitian ini berbasiskan "gambar" sehingga metodologi visual ini sesuai untuk digunakan. Dari pengumpulan dan analisis data visual, dapat diungkap bagaimana gambar-gambar tersebut memiliki makna dibentuk dalam konteks sosial, budaya dan sejarah masyarakat. Data visual untuk mendapatkan imaji uang bergambar wayang orang diambil dari internet. Ditemukan delapan mata uang berbagai nilai nominal yang diterbitkan sekitar tahun 1930-an. Untuk mendapatkan data tentang sosok wayang orang yang digambarkan pada uang kertas tersebut, peneliti melakukan wawancara pada seorang dalang orang. Dari wawancara tersebut didapatkan informasi tentang tokoh berdasarkan ciri-ciri fisik dan kostum. Tokoh-tokoh pewayangan yang muncul dalam penggambaran uang dipetakan berdasarkan pangkat, kebangsawanan dan nilai budaya di masyarakat pendukung kebudayaan wayang. Hasilnya disandingkan dengan urutan nilai nominal di mana tokoh wayang digunakan. Selain itu, untuk mendapatkan "konteks" sejarah, dilakukan studi literatur melalui serangkaian studi pustaka. Studi literatur juga mencakup pencarian artikel jurnal, penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, tentang nation branding, sejarah masa kolonial, kebudayaan wayang dan numismatik.

Hasil dan Pembahasan

Pertumbuhan Wayang Orang di Lingkungan Keraton

Wayang Orang (teater wayang), adalah salah satu bentuk seni pertunjukan di Jawa Tengah yang populer; merupakan produksi teater tari berdasarkan narasi Ramayana atau Mahabharata. Menurut Soedarsono, "wayang dan *wayang orang* (drama tari) di Jawa berkembang berdampingan, yang satu mempengaruhi yang lain, atau bahkan bisa dikatakan bahwa *wayang orang* adalah personifikasi dari wayang kulit" (Soedarsono, 1997). Wayang Orang awalnya dipentaskan di Yogyakarta pada masa pemerintahan Hamengkubuwono I tahun 1755, dan tidak lama kemudian oleh Mangkunegara I di tahun 1757 (Lindsay, 1991).

Lakon pertama yang diciptakan Hamengku Buwono I berjudul *Gandawiryama* yang menceritakan tentang kedua putra Arjuna yang berseteru karena mereka saling tidak mengenal. Narasi tersebut dinilai sejalan dengan konflik antara Mangkunegara dan Mangkubumi

(Hamengku Buwana I) yang sebenarnya bersaudara. Kedua kerajaan penerus Mataram Islam tersebut selanjutnya mengembangkan teater wayang orang di lingkungan keraton.

Bentuk kesenian Wayang Orang ini kemudian menjadi suatu bentuk tari teatral yang dimainkan untuk menjamu tamu dan para pejabat Belanda. Berdasarkan serat *Ila-ila*, baik di Surakarta maupun Yogyakarta, pertunjukan ini dimainkan sebagai simbol pertukaran penghormatan antara pejabat kolonial Belanda dengan bangsawan Jawa (Lindsay, 1991). Dalam bukunya, Lindsay juga menyebutkan bahwa pertunjukan Wayang Orang ini juga disukai oleh bangsa Belanda dan bahwa pertunjukan ini juga sudah menjadi peristiwa yang sosial yang penting. Tonnet (1899) dalam Lindsay (1991) mendeskripsikan rasa senang dari patra penonton bangsa Belanda, misalnya tentang para perempuan Belanda ketika menyaksikan peran Gatotkaca yang ditarikan oleh bangsawan keraton.

Pada awal abad ke-20 Wayang Orang di Yogyakarta pada masa Hamengku Buwana VIII (1921-1938) disebut juga sebagai jaman keemasan, dan menjadi perbincangan cendekiawan Belanda pada 1920-an dan 1980-an (Lindsay, 1991). Pertunjukan Wayang Orang pada saat itu terkesan sangat bernilai dan populer, walau masih eksklusif untuk kalangan keraton saja. Keraton pewaris trah Mataram lain yaitu Mangkunegaran, juga mengembangkan kesenian Wayang Orang. Mangkunegara I melatih sendratari wayang orang kepada laskar prajuritnya. Dalam perkembangannya kemudian bertumbuhan perkumpulan budaya di sekitar Surakarta dan Yogyakarta yang menyelenggarakan latihan tari dan mementaskannya. Di Solo, tumbuh pertunjukan Wayang Orang yang bersifat komersial (panggung) di luar keraton. Kelompok pertunjukan Wayang Orang panggung tersebut pertama kali dibentuk pada tahun 1890 oleh pengusaha Cina (Lindsay, 1991).

Cerita dan karakter Wayang Orang menjadi representasi nilai-nilai Jawa. Cerita dan tokoh dalam pewayangan tersebut menjadi rujukan atau tuntunan bagi kehidupan masyarakat Jawa dan nilai-nilai Jawa tersebut banyak disebarkan melalui kerangka alur cerita Ramayana dan Mahabharata. Pementasan Wayang Orang, khususnya di lingkungan Keraton sarat dengan makna-makna di luar hiburan semata. Makna tersebut bisa muncul dari interpretasi penonton yang menghubungkannya dengan mitos legitimasi kekuasaan yang berasal dari kedewataan atau dihubungkan dengan konteks sosial politik.

Beberapa tokoh pewayangan yang menjadi pusat cerita pewayangan dan menjadi rujukan tuntunan hidup antara lain Prabu Kresna, Arjuna, Gatotkaca, dan Werkudara. Sebagai keturunan Wisnu, Batara Kresna dan Arjuna, misalnya, memiliki tempat tersendiri di hati masyarakat Jawa. Bahkan, dalam mitologi Jawa, Batara Kresna seorang raja titisan Dewa Wisnu, dianggap sebagai "raja Marcapada pertama" yang diartikan sebagai "raja Jawa". Batara Kresna diceritakan memiliki istri Dewi Sri, dewi yang sering dikaitkan dengan mitos asal mula Padi. Dengan kepercayaan tersebut maka logika yang diyakini kemudian adalah bahwa raja-raja Jawa merupakan keturunan dari Batara Wisnu, yang selaras dengan ungkapan bahwa Raja adalah wakil Tuhan di dunia. Bisa dilihat misalnya pada gelar Sultan Agung yaitu "*Sultan Agung Hanyakrakusuma Senapati Ing Alaga Sayyidin Panatagama Khalifatullah*" memiliki makna bahwa Raja Mataram ketiga merupakan seorang pemimpin yang mendapat amanah dari Allah untuk menata kehidupan rakyatnya (Hariyanto, 2019). Di dalam *Babad Tanah Jawi*, Wisnu digambarkan sebagai raja yang pertama dari pulau Jawa. *Serat Jayabaya* juga menyebut bahwa raja Mataram tampil seperti Dewa Wisnu (Soedarsono, 1997). Demikian seterusnya raja-raja Jawa selalu meng-*claim* diri sebagai titisan dewa Wisnu. Hamengku Buwana I misalnya, dalam babad-babad selalu diidentifikasi sebagai Dewa Wisnu.

Dengan demikian, bersama-sama dengan pusaka-pusaka kerajaan, istana pesanggrahan Tamansari, dan upacara labuhan bagi Kanjeng Ratu Kidul, wayang orang adalah sebuah ritual kenegaraan untuk memperkokoh keabsahan kehadiran Sultan sebagai raja yang sesungguhnya dari kerajaan Mataram, serta pewaris yang sah dari raja legendaris pertama dari pulau Jawa yaitu Dewa Wisnu (Soedarsono, 1997).

Wayang Orang memang memiliki kesan dan nilai tersendiri, bukan hanya di benak bangsa Jawa namun bangsa Belanda yang dalam hal ini mengambil posisi sebagai negara yang menguasai (kolonial). terlepas dari sudut pandang orientalis terhadap peradaban dan kebudayaan bangsa Timur, ada perhatian secara akademis dari peneliti Belanda tentang Wayang Orang. Masyarakat Belanda yang menonton langsung di keraton Jawa pun mendapatkan impresi yang kuat, merasakan keidahan dan eksotisme yang muncul dari pertunjukan Wayang Orang tersebut. Penggunaan sosok Wayang Orang dalam rancangan uang kertas dalam konteks *branding* menjadi logis. Belanda "mengangkat" kebudayaan lokal dan menjadikannya bagian dari kebudayaan Belanda.

"Wayang" sudah menjadi bagian dari identitas Hindia Belanda. Belanda secara sadar mengonstruksi dua bentuk kebudayaan baru dan untuk membedakan dengan negeri Belanda (pemerintah pusat), Hindia Belanda mengadopsi kebudayaan Wayang ke dalam khazanah kebudyn Hindi Belanda berdampingan dengan kebudayaan Belanda. Sudah lumrah bahwa kesenian wayang ditampilkan dalam acara perayaan untuk memperingati hari penting negeri Belanda, misalnya peristiwa berikut: "Biasanya orang Eropa mengabdikan diri untuk bermain kartu atau menonton pertunjukan wayang atau tarian pejabat pribumi. Kemeriahan diakhiri dengan bersulang untuk ratu, yang disampaikan oleh bupati di potret Wilhelmina. Di Soemadang di Jawa tarian dilakukan dengan klewang dalam prosesi yang meriah dan klewang dan keris bersama-sama membentuk huruf W dari Wilhelmina dan kemudian kata Juliana." (*Indische Letteren. Jaargang 21. Werkgroep Indisch-Nederlandse Letterkunde, Alphen aan den Rijn 2006*)

Jadi pertunjukan Wayang Orang menjadi bagian dari perangkat untuk mewakili keraton dalam berhubungan dengan bangsa Eropa, juga memiliki nilai mitos dan legitimasi atas kekuasaan raja Jawa. Wayang Orang populer baik di kalangan masyarakat Jawa maupun Belanda. Dari sisi masyarakat Jawa, nilai dari Wayang Orang bukan hanya hiburan dan kesenian semata namun memiliki aspek spiritual, sementara bangsa Belanda melihat pertunjukan Wayang Orang sebagai kebudayaan lokal yang indah dan menjadi bagian wajah dan karakteristik kebudayaan Hindia Belanda.

Uang kertas Gulden Hindia Belanda

Pemerintah Hindia Belanda mengeluarkan uang kertas Gulden dalam seri "Wayang Orang" pada tahun 1930-an, menampilkan gambar penari Wayang Orang dalam pecahan *f* 10, *f* 25, *f* 50, *f* 100, *f* 200, *f* 500, dan *f* 1000. Seri uang ini memiliki desain yang sangat indah. Ilustrasi fotografis di-render dengan tehnik *engraving* yang detail. Pada *website* uang-kuno.blogspot.com, tertulis bahwa perancang seri uang ini adalah CA Lion Cachet. Diunduh Selasa 30 Agustus 14.30 WIB). Tahun cetakan yang ditemukan adalah 1934, 1937, 1938, dan 1939. Uang- kertas tersebut dicetak oleh percetakan Joh. Enschedé. Ilustrasi pada uang kertas dari sisi desain menjadi bagian dari estetika, di sisi lain, ilustrasi menguatkan impresi tentang budaya dan kekayaan alam negara. Juga, pembeda ilustrasi menjadi tanda pembeda dari nilai-nilai nominal uang tersebut. Rangkaian uang bergambar penari Wayang Orang tradisional ini merupakan seri terakhir yang diterbitkan sebelum Belanda menyerah kepada Jepang. Dalam penelusuran digital, banyak foto-foto pemain/penari Wayang Orang yang dibuat pada sekitar masa tersebut. Salah satu contoh bisa dilihat sebagai berikut:

Sosok pemain Wayang Orang yang digambarkan ulang berdasarkan foto pada uang gulden gambar 1 berikut.



Gambar 1. Perbandingan gambar uang f1000 (kiri) dengan foto (kanan) yang kemungkinan besar digunakan sebagai rujukan dalam pembuatan ilustrasi uang f1000 yang dikeluarkan Javasche Bank 1938. Sumber: Facebook¹, fotografer tidak diketahui.

Dari wawancara dengan narasumber, selain dipetakan nama-nama tokoh pewayangan yang digunakan pada uang, diketahui bahwa busana mereka ada yang bergaya Yogyakarta dan ada yang Surakarta. Juga ditemukan data yang menunjukkan bahwa hasil pemotretan atau dokumentasi pementasan wayang baik di Surakarta maupun Yogyakarta digunakan perancang desain uang sebagai rujukan untuk ditiru menjadi ilustrasi dengan teknik *engraving*. Heij (2012) menyatakan bahwa:

"Identitas bank sentral dan mata uangnya lebih sesuai dengan merek negara daripada merek produk. Produk-produk yang berkontribusi terhadap *nation brand* antara lain bendera, peta geografis, lambang, (potret) kepala negara dan uang logam dan uang kertas nasional. Uang kertas sering disebut sebagai uang negara panggilan atau kartu nama. Namun, seringkali orang tidak dapat membedakan dari mana negara uang kertas akan datang, terutama ketika teks-teks ditulis dalam bahasa asing karakter. Unit mata uang apa yang mereka wakili dan berapa nilainya? Tidak hanya untuk orang asing, tetapi juga untuk warga negara, desain uang kertas di masa depan dapat ditingkatkan (internasional) komunikasi dengan menggunakan branding dan pemasaran." (Heij, 2012).

Lebih lanjut Heij (2012) menyatakan bahwa uang kertas adalah alat identitas yang kuat dan bisa dibuat bagian dari kebijakan desain terpadu, termasuk identitas perusahaan dan desain uang kertas, juga bahwa identitas harus didefinisikan tidak hanya untuk kepentingan 'kita', tetapi juga untuk itu dari 'yang lain'. Oleh karena itu uang kertas harus menunjukkan beberapa hal positif emosi sebagai tanda refleksi diri dan terbuka untuk orang lain (misalnya humor).

Desain uang kertas (juga koin) merupakan bagian dari program identitas yang lebih besar menyangkut imaji atau *brand* suatu negara. Keseluruhan itu, mulai dari lambang negara, bendera, kepala negara, alam dan geografis, serta kekhasan lain merupakan aspek visual yang menjadi representasi nilai, sikap, politik dan visi suatu negara. Peran sebagai pembawa narasi negara juga termasuk kemungkinan dimasukkannya propaganda seperti misalnya slogan 'Pekerja Bersatu!' yang diselipkan pada rancangan uang kertas rubel Rusia pecahan 5.000 yang diterbitkan Uni Soviet tahun 1921. Pesan itu dituliskan dalam bahasa Jerman, Cina, Italia,

¹ https://scontent.fjog3-1.fna.fbcdn.net/v/t39.30808-6/279210247_10223331770295918_3374809984491770783_n.jpg?_nc_cat=107&ccb=1-7&_nc_sid=dbb18&_nc_ohc=YIo4rPVEkb0AX8JzD_2&_nc_oc=AQld7Too8G92wuQ-woT90ytrhiAFMkhZZAO8ony3S2IORoc5xS8wjPXCBEltJ-hcCQ&_nc_ht=scontent.fjog3-1.fna&oh=00_AT9PCpPr-zrrc_vdxC2jSNeX0XBuWa2BWxDxgGmNGkY83Q&oe=63215AEB

Perancis, Arab dan Inggris di bagian belakang sisi atas uang. Secara tidak langsung, pesan tersebut terpapar ke para pengguna uang Rubel saat itu.

Identitas bank sentral beserta mata uangnya merupakan bagian dari identitas atau merek (*brand*) dari suatu negara yang terbentuk dari desain bendera, peta geografis, lambang, (potret) kepala negara dan uang logam dan kertas nasional. Uang kertas sering disebut sebagai "panggilan" atau "kartu nama". Namun, seringkali orang tidak dapat membedakan dari mana negara uang kertas berasal, terutama ketika teks-teks ditulis dalam aksara dan bahasa asing. Unit mata uang apa yang mereka wakili dan berapa nilainya? Tidak hanya untuk orang asing, tetapi juga untuk warga negara, desain uang kertas di masa depan dapat ditingkatkan (internasional) berkomunikasi dengan menggunakan konsep *branding* dan pemasaran (Heij, 2012).

Imaji tentang suatu negara yang paling jelas mudah difahami selain lambang atau bendera negara yaitu sosok pahlawan nasional atau kepala negara. Sosok presiden atau raja/ratu akan langsung diasosiasikan pada negara yang bersangkutan. Selain itu, banyak digunakan gambar sosok pahlawan nasional (Afrizal, 2013; Sucihati, 2023). Sebelum seri Wayang Orang diterbitkan, gulden Hindia Belanda menggunakan ilustrasi sosok raja Belanda, atau dalam konteks wilayah Hindia Belanda, digunakan gambar sosok Gubernur Jenderal, seperti misalnya seri Coen II, yang diterbitkan 1925–1931. Serial ini dinamai begitu karena menggunakan gambar dari Gubernur Jenderal Jan Pieterszoon Coen yang dianggap sebagai pendiri otoritas Belanda di Hindia Belanda. Seri ini menggantikan seri Coen I, diterbitkan 1897 – 1924. Pada tahun 1928, diputuskan untuk tidak membuat versi modifikasi dari seri Coen II, melainkan akan akan diproduksi seri baru yaitu Wayang Orang. Desain dipesan pada tanggal 31 Maret 1930 kepada artis terkenal C.A. Lion Cachet, seorang desainer interior kapal, peranko dan juga uang kertas bank Belanda. Seri uang kertas ini dicetak oleh Yoh. Enschede and Sons, Haarlem (van Weeren, 2003). Selain kepala negara, pejabat atau pahlawan nasional, identitas nasional juga diwakili oleh imaji *landscape*, obyek alam, serta obyek buatan manusia seperti karya seni dan bangunan khas budaya nasional. Prinsip ini juga masih dipratikkan pada mata uang Indonesia saat ini. Yonita et al. (2018), menyatakan ada sebelas jenis simbol pada uang kertas Rupiah tahun 2016 yang digunakan untuk merepresentasi karakter nasional sebagai ilustrasi uang kertas, dan salah satunya yaitu "kebudayaan" seperti motif batik dan tarian.

Uang sebagai Identitas Negara

Dari penelusuran, ditemukan delapan uang kertas Gulden bergambar sosok Wayang Orang. Dari gambar uang tersebut tidak ditemukan informasi tentang nama tokoh pewayangan yang digambarkan. Informasi yang didapat hanya tanggal penerbitan dan Bank yang menerbitkan. Untuk membaca arsip visual ini, dibutuhkan pengetahuan seorang pakar di bidang seni pedalangan khususnya Wayang Orang. Berikut adalah kedelapan gambar uang kertas tersebut:



Gambar 2. Mata uang kertas 5 Gulden keluaran Javasche Bank, Hindia Belanda, 1937. Sosok wayang orang yang digunakan yaitu Raden Samba, putra dari Batara Kresna dan Dewi Jembawati.
Sumber: https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/9/9a/IND-78b-De_Javasche_Bank-5_Gulden_%281937%29.jpg, (4 April 2022)

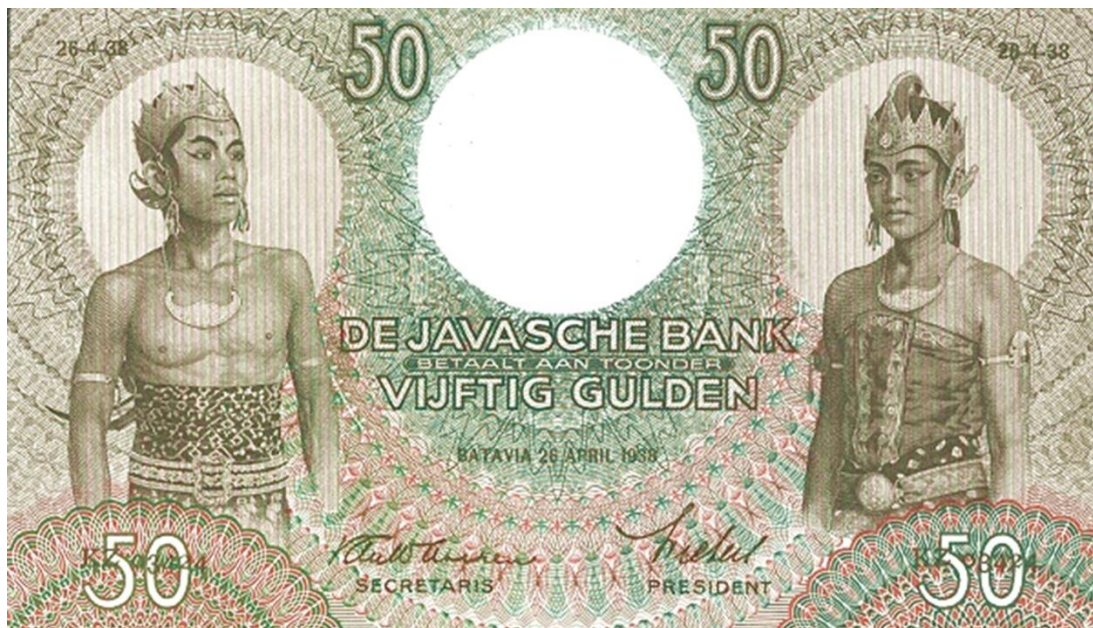


Gambar 3. Mata uang kertas 10 Gulden keluaran Javasche Bank, Hindia Belanda, 1934. Sosok Wayang yang digunakan dalam mata uang ini yaitu Antareja dan Sembodro.
Sumber: <https://twitter.com/adriansyahyasin/status/1280772381347180545>, (4 April 2022)



Gambar 4. Mata uang kertas 25 Gulden keluaran Javasche Bank, Hindia Belanda, 1938. Tokoh wayang yang digambarkan dalam mata uang ini yaitu Kresna dan Sembodro.

Sumber: <https://twitter.com/adriansyahyasin/status/1280772381347180545> (4 April 2022)



Gambar 5. Mata uang kertas 50 Gulden keluaran de Javasche Bank, Hindia Belanda, 1938. Tokoh yang digambarkan di sini tidak diketahui. Kalau pun mereka adalah sosok tokoh pewayangan, melihat atribut mahkotanya, kemungkinan besar ini adalah penggambaran masa muda dari tokoh pewayangan tersebut.

Sumber: <https://twitter.com/adriansyahyasin/status/1280772381347180545>, (4 April 2022)



Gambar 6. Mata uang kertas 100 Gulden keluaran de Javasche Bank, Hindia Belanda, 1938. Tokoh Arjuna dan Kresna digunakan pada uang kertas nominal 100 gulden ini. Dalam hal ini, Kresna (juga Arjuna) sangat tepat untuk digunakan sebagai ilustrasi yang mewakili nominal tertinggi.

Sumber: <https://twitter.com/adriansyahyasin/status/1280772381347180545>, (4 April 2022)



Gambar 7. Mata uang kertas 20 Gulden keluaran Javasche Bank, Hindia Belanda, 1938. Seperti pada mata uang 10 Gulden, tokoh Sembadra dan Antareja kembali digunakan pada mata uang 200 gulden ini.

Sumber: <https://twitter.com/adriansyahyasin/status/1280772381347180545>, (4 April 2022)



Gambar 8. Mata uang kertas 500 Gulden keluaran Javasche Bank, Hindia Belanda, 1939. Pada mata uang ini, digunakan tokoh antagonis. Tokoh Duryudana dan Banowati adalah suami istri, tokoh pewayangan dari golongan Kurawa.

Sumber: https://colnect.com/id/banknotes/banknote/27829-500_Gulden-1933-1939_Dancers_Issue-Hindia_Belanda



Gambar 9. Mata uang kertas 1000 Gulden keluaran Javasche Bank, Hindia Belanda, 1939, menggunakan tokoh wayang Arjuna dan Kresna. Dua tokoh pemeran penting dari lakon pewayangan, yaitu Arjuna dan Kresna digunakan untuk menandai mata uang Gulden dengan nilai tertinggi.

Sumber: <https://twitter.com/adriansyahyasin/status/1280772381347180545>, (4 April 2022)

Tabel 1. Identifikasi Tokoh pada mata uang kertas Gulden bergambar sosok Wayang Orang

No	Nominal	Tokoh	Gagrag (gaya)	Tanggal terbit
1	f 5	Samba	Tidak diketahui	16 Agustus 1937
2	f 10	Antarejo dan Sembadra	Surakarta	2 Oktober 1933

3	f 25	Kresna dan Sembadra	Surakarta	8 Desember 1938
4	f 50	Tidak diketahui	Tidak diketahui	26 April 1938
5	f 100	Kresna dan Arjuna,	Yogyakarta	14 Maret 1938
6	f 200	Sembadra dan Antareja	Mangkunegaran	25 Mei 1938
7	f 500	Duryudana dan Banowati	Yogyakarta	27 April 1939
8	f 1000	Arjuna dan Kresna	Yogyakarta	28 April 1939

sumber: wawancara narasumber dalang **Wiyono Undung Wasito S.S.** 2 September 2022.

Berdasarkan penjelasan seorang dalang wayang orang, didapatkan nama-nama tokoh pewayangan yang digunakan dalam uang kertas Gulden seri "wayang orang". Data pada tabel 1 tersebut dibandingkan dengan hirarki nilai mata uang Gulden, dari f5 hingga f1000. Di sini diperiksa apakah antara kedua kelompok data ada kesinkronan dalam hal hirarki ketokohan dengan nilai nominal.

Pada gambar 2, uang f5 bergambar Raden Samba. Dia putra dari Batara Kresna yang tampan dan cerdas namun memiliki karakter yang kurang baik seperti congkak, galak, pencecut dan ingin enaknya sendiri. Selanjutnya, pada gambar 3, uang f10 bergambar Raden Antarejo, putra Bima dan Sembadro, dua tokoh dari sisi Pandawa. Mereka bukan pasangan suami istri namun berperan dalam satu kisah yang sama, *Sembadra Larung*. Selanjutnya, f25 (gambar 4) menggunakan tokoh Kresna dan Sembadra. Sama seperti pada f10 (gambar 3), mereka pun berperan dalam satu kisah atau pertunjukan yang sama yaitu *Sembadra Larung*.

Fungsi praktis dari adanya perbedaan ilustrasi pada mata uang tersebut biasanya menjadi tanda yang membedakan nilai nominal. Contohnya, pada mata uang kertas Republik Indonesia sekarang, nilai tertinggi menggunakan gambar Presiden Sukarno dan Wakil Presiden Hatta. Fungsi tersebut menjadi bertambah efektif ketika kita berasumsi bahwa pengguna uang di masa tersebut bisa jadi belum terlalu banyak yang bisa mengenal aksara latin (khususnya masyarakat pribumi). Penggunaan tokoh wayang yang populer menjadi tanda dari nilai nominal tertentu. ketika mencoba melihat kaitan antara tingkatan sosok wayang digambarkan dengan besarnya nominal maka terlihat tidak konsisten. Nilai tertinggi, f1000 pada gambar 9 memang setara dengan tokoh Wayang Kresna dan Arjuna, namun kedua tokoh tersebut digunakan juga pada nominal f100 yang disajikan pada gambar 10. Jadi, kenaikan nilai nominal uang kertas tidak paralel dengan hirarki sosok karakter wayang orang yang berlaku di Jawa. Bahkan nominal f500 pada gambar 8 menggunakan tokoh antagonis Duryudana. Jadi ditemukan bahwa ada ketidak konsistenan struktur penggunaan tokoh pewayangan. Mengapa terselip tokoh antagonis, dan mengapa nilai terendah diwakili oleh raden Samba yang walaupun merupakan tokoh protagonis namun bukan tokoh yang dominan bahkan memiliki karakter yang tidak positif. Fakta ini menunjukkan kurang mendalamnya pemahaman pemerintah Belanda tentang kebudayaan Jawa.

Branding Hindia Belanda Menggunakan Sosok Wayang Orang

Hubungan antara bangsa kolonial dan bangsa koloni kompleks, tidak bisa dilihat hanya dari satu sisi, terlebih ketika memasalahkan kebudayaan. Bangsa Belanda (sebagai kesatuan bangsa maupun sebagian yang sudah menyaksikan pertunjukan Wayang Orang) menyukai seni pertunjukan Wayang Orang dan mulai memberi perhatian pada kesenian tersebut. Juga sudah dilakukan beberapa perjalanan "kesenian" di sekitar tahun 1930-an ke Belanda dan Eropa yang menguatkan nilai dan mutu kesenian Jawa.

Keputusan menggunakan sosok Wayang Orang pada uang kertas Hindia Belanda tidak bisa lepas dari kesan bangsa Belanda terhadap kesenian itu. Ketika dua bangsa tersebut (Belanda

dan Jawa) bertemu maka tidak bisa dihindari akan terjadi percampuran budaya, walaupun hubungan kedua bangsa tersebut merupakan hubungan kolonial dan koloninya; salah satu ada yang lebih berkuasa dari yang lainnya. Bangsa Belanda dalam sejarah kebudayaannya pun terbukti bukan hanya mempengaruhi bangsa nusantara, namun dalam interaksi tersebut ada aspek yang diadaptasi menjadi suatu kepemilikan dan menjadi identitas Belanda, setidaknya warga Hindia Belanda keturunan Eropa. Pandangan Belanda terhadap kebudayaan Nusantara ada yang berupa kekaguman, hasil pengamatan akademis (penelitian) yang bisa menjadi simbol politik kekuasaan Belanda atas kebudayaan Nusantara (Jawa).

Penciptaan imaji memang suatu proses yang dilakukan dalam *branding*. Tokoh Wayang Orang yang tergambar dalam uang kertas seperti ingin menciptakan impresi bahwa pemerintah Hindia Belanda peduli dan mendukung apresiasi budaya Jawa. Aspek yang positif dari suatu "produk" diangkat dan dipromosikan, aspek yang tidak menguntungkan untuk diketahui tidak disebarkan ke masyarakat luas. Desain uang seri Wayang Orang melekatkan sosok-sosok yang mewakili karakter budaya Jawa pada suatu institusi.

Dengan menggunakan gambar-gambar penari wayang orang tersebut, "kelihatannya", pemerintah Hindia Belanda memiliki apresiasi terhadap budaya bangsa yang dijajah. Tetapi, di sisi lain, dapat diartikan sebagai pernyataan yang kuat bahwa budaya Wayang Orang dimiliki dan merupakan bagian dari budaya Hindia Belanda. Seperti yang disimpulkan oleh Bloembergen and Jackson (2006) "Bahkan sampai hari ini, ikatan emosional antara Belanda dan koloninya, (yaitu) Indonesia masa kini, sering terlihat, sebuah fakta yang bisa disebut sebagai *inburgering* — asimilasi ke dalam identitas Belanda (p. 318). Belanda menggunakan warisan kolonialnya di Indonesia sebagai bagian dari nation branding untuk membangun identitasnya sebagai negara yang multikultural dan berpengaruh di dunia. Seperti yang disampaikan Anholt, "*Nation branding is about a country's reputation and how it uses cultural, economic, and political narratives to shape perceptions globally.*" (Anholt, 2007).

Menyandingkan dua imaji, yaitu struktur yang mewakili sistem birokrasi yaitu Suatu proses yang tidak terlalu menyesatkan karena suatu kenyataan bahwa Wayang Orang pada tahun 1930-an memiliki posisi yang kuat dan positif, baik di kalangan orang Eropa maupun Jawa. Namun, sikap logis dan berkesan wajar tersebut di samping menunjukkan kebanggaan dan penghargaan, juga membuktikan adanya sikap kepemilikan terhadap kebudayaan Jawa. Bangsa Belanda menciptakan citra positif bukan hanya untuk "kebudayaan Jawa" namun bagi Belanda sendiri yang mendapat nilai baik: bahwa Belanda memiliki perhatian besar terhadap kebudayaan bangsa terjajah dan mengangkatnya menjadi bagian dari citra negara Belanda secara keseluruhan. Dalam *Orientalism*, Said menyatakan: "*Knowledge of the Orient, because it is generated out of strength, in a sense creates the Orient, the Oriental, and his world.*" (Said, 1995, p. 40). Jadi dalam hal ini, Belanda bukan hanya mengklaim kepemilikan kesenian Jawa tersebut, melainkan menciptakan narasi baru yang membuatnya tampak seolah-olah kesenian Wayang Orang Jawa adalah bagian dari kebudayaan Belanda. Di sini, "budaya" bagi bangsa penjajah bukan hanya sekadar peminjaman, tetapi juga bentuk dominasi wacana: penjajah mendefinisikan, menguasai, dan merepresentasikan budaya terjajah dalam konteks yang menguntungkan mereka sendiri.

KESIMPULAN

Propaganda kolonial menyusup ke dalam desain uang kertas melalui visualisasi nilai-nilai yang dianggap ideal oleh negara atau kelompok penguasa. Dengan menonjolkan elemen-elemen yang mencitrakan budaya lokal tersebut, Strategi ini juga menyingkirkan atau menormalkan ketidakhadiran simbol-simbol lain yang mungkin mewakili pandangan berbeda.

Ada seleksi tertentu pada publikasi fakta-fakta yang berpotensi menciptakan imaji bagi bangsa Belanda dalam desain media. Ketika elemen visual strategis terus diulang melalui media seperti uang kertas, nilai-nilai tersebut menjadi terasa "alami" atau "universal," padahal itu semua merupakan konstruksi.

Hubungan antara bangsa kolonial dan bangsa koloni bersifat kompleks, tidak bisa dilihat hanya dari satu sisi, terlebih ketika memasalahkan kebudayaan. Keputusan menggunakan sosok Wayang Orang pada uang kertas Hindia Belanda tidak bisa lepas dari kesan bangsa Belanda terhadap kesenian itu. Bangsa Belanda (sebagai kesatuan bangsa maupun sebagian masyarakat yang sudah pernah menyaksikan pertunjukan Wayang Orang) menyukai seni pertunjukan Wayang Orang dan mulai memberi perhatian pada kesenian tersebut. Kecintaan masyarakat Belanda pada budaya Jawa saat itu, khususnya Wayang Orang, tidak diragukan. Problem muncul ketika pemerintah menggunakan imaji itu dalam konteks simbol kenegaraan Hindia Belanda. Muncul konotasi dan interpretasi yang mengarah pada pemahaman konstruksi imaji politik Belanda. Namun, sikap logis dan berkesan "wajar", di samping menunjukkan kebanggaan dan penghargaan, juga membuktikan adanya sikap kepemilikan terhadap kebudayaan Jawa. Juga sudah dilakukan beberapa perjalanan "kesenian" di sekitar tahun 1930-an ke Belanda dan Eropa yang menguatkan nilai dan mutu kesenian Jawa.

Bangsa Belanda menciptakan citra positif bukan hanya untuk "kebudayaan Jawa" namun bagi Belanda sendiri yang mendapat nilai baik yaitu Belanda yang memiliki perhatian besar terhadap kebudayaan bangsa terjajah dan mengangkatnya menjadi bagian dari citra negara Belanda secara keseluruhan.

Gambar merupakan bentuk bahasa (visual) yang bisa diartikan secara berbeda-beda. Meneliti tentang apa yang ada di balik suatu gambar akan memperdalam pemahaman akan propaganda di balik pembuatan gambar tersebut. Untuk memahaminya dibutuhkan suatu wawasan dan pengetahuan mengenai konteks yang melatar belakangi terwujudnya gambar tersebut. Juga, kita perlu memandangnya dari perspektif yang berbeda-beda. Dengan pemahaman yang lengkap, kita bisa menimbang dengan lebih bijaksana bagaimana peranan gambar tersebut dalam latar dan kerangka yang lebih sesuai.

REFERENSI

- Afrizal, A. (2013). Kajian Estetik Desain Mata Uang Rupiah Pada Masa Pemerintahan Soekarno Periode 1945-1949. *Corak : Jurnal Seni Kriya*, 2(2), 149-165. <https://journal.isi.ac.id/index.php/corak/article/view/2337>
- Ahmad, A. A. (2022). Dari Mata Uang Kolonial ke Mata Uang Republik Indonesia. *Bihari: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Ilmu Sejarah*, 5(1), 24-34. <https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/bihari/article/view/5457>
- Anholt, S. (2007). *Competitive Identity The New Brand Management for Nations, Cities and Regions*. Palgrave Macmillan.
- Anholt, S. (2011). Chapter 17: Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. In A. Pike (Ed.), *Brands and Branding Geographies*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857930842.00027>
- Banindro, B. S. (2010). Tinjauan Visual Gambar Uang Kertas Indonesia. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 10(1), 12-19. <https://doi.org/10.9744/nirmana.10.1.pp.12-19>
- Bloembergen, M., & Jackson, B. (2006). *Colonial Spectacles: The Netherlands and the Dutch East Indies at the World Exhibitions, 1880-1931*. Singapore University Press. <https://books.google.co.id/books?id=XqS7PMVRq-sC>



- Dinnie, K. (2015). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315773612>
- Gunawan, I. (2012). *Iklan Masa Kolonial: Propaganda Kebudayaan*. Pasca IKJ.
- Hariyanto, H. (2019). Gerakan Dakwah Sultan Agung (Arti Penting Perubahan Gelar Sultan Agung Terhadap Gerakan Dakwah di Jawa Pada Tahun 1613 M - 1645 M). *Jurnal Al-Bayan: Media Kajian dan Pengembangan Ilmu Dakwah*, 24(1). <https://doi.org/10.22373/albayan.v24i1.3176>
- Heij, H. d. (2012). Designing Banknote Identity. *DNB Occasional Studies*, 10(3). https://www.dnb.nl/media/jlbps012/201208_nr-3_-2012-_designing_banknote_identity.pdf
- Jaffe, E. D., & Nebenzahl, I. D. (2006). *National Image & Competitive Advantage: The Theory and Practice of Place Branding* (2. ed ed.). Copenhagen Business School Press.
- Kusuma, E. (2021). *Uang Indonesia: Sejarah dan Perkembangannya*. Kompas.
- Lindsay, J. (1991). *Klasik, kitsch, kontemporer: sebuah studi tentang seni pertunjukan Jawa*. Gadjah Mada University Press.
- Rose, G. (2002). *Visual Methodologies*. SAGE Publications.
- Said, E. W. (1995). *Orientalism*. Penguin Books.
- Soedarsono, R. M. (1997). *Wayang Wong: Drama Tari Ritual Kenegaraan di Keraton Yogyakarta*. Gadjah Mada University Press.
- Sucihati, W. T. K. (2023). Kajian Estetika Desain Uang Kertas Seribu Rupiah Tahun 1980 Karya Sudirno Del. *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 15(2). <https://jurnal.isi-ska.ac.id/index.php/acintya/article/view/5089>
- Tjahjawan, I., & Sabana, S. (2015). Representasi "Indonesia" pada Anjungan Belanda di World Expo 1889 Paris dan World Expo 1910 Brussels. *Mudra, Jurnal Seni Budaya*, 30(2).
- van Weeren, H. P. (2003). "Money in Paradise" De circulatie van papiergeld in Nederlands Indië en Indonesië 1940 – 1950. *t Watermerk*, 13(2).
- Yonita, L., Hafiar, H., & Sani, A. (2018). Konstruksi makna nasionalisme pada desain uang rupiah kertas. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 17(1), 13-28. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/135>