



WARUNG TEGAL: VISUAL AESTHETIC SASCULTURAL IDENTITY REPRESENTATION

Ruswondho[✉], Tjetjep, Wahyu Lestari

Prodi Penelitian dan Evaluasi Pendidikan, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Semarang

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima Juni 2015

Disetujui Juli 2015

Dipublikasikan Agustus 2015

Keywords:

Warung Tegal, Aesthetics, Visual Representation, Culture

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ciri khas Warteg yang cenderung memiliki kesamaan orientasi visual, sekalipun berada dalam berbagai wilayah. Penelitian ini mengungkapkan persoalan: (1) bagaimanakah estetika visual Warteg di Sekaran pada bentuk fasad, tata-ruang dalam, tata-saji dan visualisasi *nameboardnya*? (2) bagaimanakah estetika visual Warteg di Sekaran merepresentasikan identitas budaya melalui fasad, tata-ruang dalam, tata-saji dan visualisasi *nameboardnya*? Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif, dengan memusatkan pada riset lapangan, karena penelitian ini lebih banyak bersumber pada data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan, dengan latar penelitian berbagai Warteg yang berada di sekitar kampus Unnes Sekaran-Gunungpati. Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut. Pertama, semua bentuk penampilan fasad, tata-ruang, tata-saji, dan *nameboard* mencerminkan adanya suatu “keterbukaan”, “keterimaan”, pada siapapun, mempersepsikan manusia memiliki “kesetaraan”, mengetengahkan “egaliterisme” bagi siapapun. Semua bagian dari pertumbuhan Warteg yang selalu nampak tidak “berkelas” merupakan suatu cerminan “kesederhanaan” dari budaya yang membentuknya. Kedua, estetika visual Warteg memberikan representasi identitas budaya yang mencerminkan segala sikap dan perilaku kesederhanaan, keterbukaan, dan keterimaan, serta kesetaraan. Meneguhkan sebagai warung yang memiliki pangsa pasar menengah ke bawah, dengan pelayanan khas kedaerahannya, dan sistem pengelolaan “gotong-royong” dan “kekeluargaan”.

Abstract

This research is inspired by the existence of prevailing Warteg having similar visual orientation everywhere. The Warteg is situated. This research propose two problems: (1) How is Wartegs visual aesthetic in term of the facade, interior design, product presentation and nameboard visualization of Warteg in Sekaran area ? (2) In what ways are the Wartegs visual aesthetic represent cultural identity through the facade, interior design, product presentation and nameboard visualization ? The research applies qualitative method focusing in field research with data obtained from various Warteg around UNNES campus in Sekaran-Gunung Pati. The result of the study showed the following, first, all performances physically of the Warteg reveal the sense of “familiarity” and “acceptance” toward everyone, that express the spirit “equality” and “egalitarianism”. All parts of Warteg that are usually “unsophisticated” shows “simplicity” of culture that shape the characteristic of Warteg. Second, visual aesthetic of Warteg represents cultural identity revealing all attitudes and behaviour of simplicity “familiarity” and “acceptance” as well “equality”. This condition strengthens the fact that Warteg the place of enjoy meals having consumer of middle and low level of society with particular local served and management system of family and “gotog-royong” orientation.

© 2015 Universitas Negeri Semarang

[✉] Alamat korespondensi:

Kampus Unnes Bendan Ngisor, Semarang, 50233
E-mail: pps@unnes.ac.id

ISSN 2252 - 6420

PENDAHULUAN

Warung Tegal (Warteg) adalah salah satu dari sekian banyak pedagang makanan yang menyajikan nasi dengan lauk-pauknya yang beragam jenisnya. Pengusaha atau pengelola Warteg kebanyakan berasal dari kota dan kabupaten Tegal, khususnya dari desa Krandon, Sidapurna, dan Sidakaton. Desa Krandon berada di wilayah kecamatan Margadana kota Tegal. Sedangkan dua desa lainnya berada di wilayah kecamatan Dukuhturi kabupaten Tegal. Warteg paling mudah dikenali melalui fisik bangunan yang berupa bilik kecil dengan fasad yang khas. Tampilan fisik dari wajah bangunan atau fasad yang tampak menghadap ke jalan atau ruang terbuka kebanyakan berwarna dominan biru. Berpintu dua, kiri dan kanan, dan diantara dua pintu ada kisi-kisi dari lembaran papan yang bisa digeser, untuk membukanya. Identitas "Warteg" ditulis pada fasadnya dan penulisan terkesanekadarnya, menggunakan cat warna putih atau kuning.

Karakteristik Wartegkhas, yang paling nampak terutama ada padafasadnya. Sedangkan dalam konteks sosio-budaya orang-orang Tegal "pinggiran" yang pada umumnya tidak berpendidikan, dari beberapa desa yaitu Krandon, Sidapurna, dan Sidakaton, melihat usaha seperti ini dapat memberi peluang penghidupan yang layak. Berbekal modal kecil, disertai semangat hidup yang tinggi, keuletan dan kerja keras, serta solidaritas, Wartegmakin merambah kemana-mana. Hingga kini tiga desa yang disebutkan, dikenal sebagai kampung pewarteg, yang secara turun-temurun mewariskan sistem pengelolaan warteg sebagai mata pencaharian yang tidak *monopolistik*.

Ada pendapat yang mengatakan bahwa masyarakat penduduk pantai atau pesisir memiliki mobilitas yang lebih tinggi, dibandingkan dengan penduduk pedalaman. Banyak diantara mereka yang bersifat

perantau daripada penghuni tetap, sehingga keterikatan pada suatu tempat jauh lebih longgar daripada kaum petani (Tjahjono, 2009: 59). Dalam hal ini Warteg adalah representasi budaya pesisir Tegal.

Tradisi Warteg yang sebenarnya adalah bahwa tempat usaha yang dikelola, sekaligus merupakan tempat untuk tinggal. Jadi berlaku multifungsi yaitu sebagai tempat tinggal, tempat memasak, juga tempat berdagang atau usaha. Mecermati hal demikian wajar jika terjadi pemanfaatan lahan sempit yang sekadar menumpang di sekitar proyek, diatur sebaik-baiknya agar dapat memenuhi fungsi-fungsi yang diinginkan.

Di Sekaran khususnya di jalan raya utama Unnesada sejumlah 14 Warteg di sini, mulai jalan raya Banaran sebagai jalan utama di sisi utara sebelum masuk kampus Unnes, kemudian jalan raya Sekaran, hingga jalan raya Patemon di sisi selatan kampus. Saat ini Warteg di sekitar kampus Unnes Sekaran, atau di tempat lain di luar wilayah Tegal, ditengarai telah mengalami transformasi estetik maupun kultural yang terdapat dalam bentuk dan aktivitas yang berkaitan dengan Warteg.

Pertama, secara estetik terjadi perubahan-perubahan fasad Warteg yang dapat diidentifikasi dari perubahan unsur estetik khususnya pada warna fasad dan warna pada ruang dalamnya. Juga pada aspek promosi yang berupa reklame, yang diaplikasikan pada *name board* atau *bannernya*. Perubahan aspek estetik tersebut pada dasarnya menunjukkan kedinamisan ketentuan-ketentuan estetik yang diyakini selama ini menjadi identitas Warteg sebagai produk sosio-eko-budaya. *Kedua*, secara kultural terdapat perubahan orientasi budaya para pelaku usaha Warteg di luar Tegal, khususnya di sekitar kampus Unnes. Perubahan tersebut diasumsikan oleh peneliti sebagai dampak dari interaksi budaya yang terjadi antara masyarakat pengusaha Warteg dengan konteks

kebudayaan di wilayah lain yang ditempatinya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mempersoalkan: (1) bagaimakah estetika visual Warteg di Sekaran pada bentuk fasad, tata-ruang dalam, tata-saji dan visualisasi *name board*nya? (2) bagaimakah estetika visual Warteg di Sekaran merepresentasikan identitas budaya melalui fasad, tata-ruang dalam, tata-saji dan visualisasi *nameboardnya*?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan memusatkan pada metode riset lapangan, dengan desain kajian asus terhadap estetika visual Warteg yang berada di Sekaran. Fokus penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis semua bentuk tampilan estetik warteg dan aspek konteks budayanya di tengah perubahan masyarakat (Denzin, 2009).

Setting penelitian ini dilakukan pada Warteg yang berada di Sekaran, sekitar wilayah kampus Unnes. Mulai dari jalan raya Banaran, batas sebelah utara kampus, jalan raya Sekaran, hingga jalan raya Patemon yang berada paling ujung selatan. Lokasi Warteg yaitu 2 warung berada di jalan raya Banaran, 7 warung berada di jalan raya Sekaran, dan 5 warung berada di jalan raya Patemon. Jadi dalam penelitian ini jumlah Warteg yang berada di jalan raya utama tersebut ada 14 buah. Dari 14 pengusaha Warteg di sini hanya seorang yang berasal dari luar desa Bangsri, artinya 13 orang yang berasal dari Desa Bangsri kecamatan Bulakamba, Kabupaten Brebes.

Data dalam penelitian ini adalah berupa data kualitatif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara, dan studi

dokumentasi (Miles dan Huberman, terjemahan Rohidi 2007: 2), serta dianalisis dengan langkah reduksi, sajian, dan verifikasi.

Keabsahan data penelitian akan diuji dengan teknik triangulasi sumber. Artinya pengujian keterpercayaannya dengan cara memeriksa data yang diperoleh melalui berbagai sumber dideskripsikan, dikategorikan, dianalisis, sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

PEMBAHASAN

Struktur Fasad, Tata-Ruang, Tata-Saji, Dan Visualisasi *Nameboard* Warteg Sekaran

Sebagaimana seni yang lain, arsitektur adalah suatu seni yang merupakan perpaduan antara senirupa dan seni "bangun" yang di dalamnya tidak lepas dari adanya unsur-unsur rupa dan organisasi unsur rupa tersebut yang mempengaruhi pembentukan tampilannya. Dalam hal ini, penyebutan estetika formalistik adalah telaah terhadap unsur-unsur rupa, yang melekat dan terimplementasikan pada bentuk estetika visual Warteg. Suatu ciri yang memberi keindahan melalui perimbangan antara bagian-bagian pada suatu benda seni, menggunakan asas-asas tertentu, sehingga mengenai bentuk tertentu dapat terpenuhi. Unsur-unsur rupa yang dimaksud adalah garis (*line*), bidang (*shape*), warna (*colour*), ruang (*space*) dan cahaya (*light*) yang secara khusus melekat pada pembentukan Warteg.

Unsur-unsur rupa tersebut tentunya diorganisasikan melalui asas-asas proporsi, keseimbangan, kesatuan, harmoni dan pusat perhatian. Manifestasi dari semua unsur formal dalam pembentukan tampilan Warteg, ada pada bagian fasad, yang menampakkan perwajahannya dengan dua pintu dan painil kaca tembus pandang, pada tata-ruang, tata-saji, dan pada penampilan *nameboardnya*.

Perbentukan tampilan Warteg sebagaimana yang ada sesungguhnya secara tidak disadari oleh penggunanya atau

pewarteg lebih berorientasi pada fungsinya, artinya bentuk tampilan Warteg lebih mengikuti fungsi (*form follow function*). Bentuk tampilan Warteg merupakan hasil dari olah ruang dan fungsinya. Bagaimanapun bentuk tampilan dapat menyiratkan status, gengsi, gaya hidup dan citra dari pemilik, sekaligus dapat menengarai orientasi geografis atau etnis.

Warna fasad dan ruang dalam Warteg di Sekaran tampak menarik dianalisis. Bermacam warna yang digunakan oleh para pengelola, ada yang satu warna , ada yang menggunakan dua warna senada (analogus), dan ada juga yang kombinasi dua warna primer, atau komplementer.

Alasan para pewarteg memilih warna, beberapa menyatakan karena kesukaan, karena mencolok, ada yang karena alasan tahan kotor, ada juga yang menyatakan agar kelihatan bersih dan terang, serta agar kelihatan cerah. Penempatan jenis warna ada yang warna muda atau terang di bagian atas atau untuk seluruh ruangan, ada juga yang sebaliknya. Intensitas warna yang dipilih juga bermacam-macam, ada yang berkesan lembut, ada yang mencolok, dan ada juga yang pekat atau redup menggelap. Penggunaan variasi warna yang dilakukan, pada dasarnya merupakan suatu upaya agar dapat memberikan kesan lebih menarik pada penampilan warung.

Tabel.1. Warna Fasad dan Ruang Dalamnya

No:	Warteg	WarnaFasad	WarnaRuang
			Dalam
1	Ibu Dewi 1	Atas putih, bawah biru	Atas putih, bawah biru
2	Rizki Nawir	Atas pink, bawah orange	Atas biru muda, bawah kuning
3	Ibu Dewi 2	Atas putih, bawah biru	Atas putih, bawahbiru
4	Ibu Dewi 3	Atas orange, bawahbirumuda	Putih
5	Djaya	Orange	Hijaumuda
6	Barokah	Merahdankrem	Krem
7	Dedy 01	Merahdanhijau	Ataskrem, bawah coklat tua
8	Subur Makmur 1	Kuning dan merah	Atas hijau muda, bawahkuning
9	Dedy 02	Pink dan ungu	Krem
10	Sederhana 1	Kuning, merah dan biru	Krem
11	Rizquna	Atas hijau muda, bawahbiru	Hijau muda
12	Sederhana 2	Merahdanbiru	Krem
13	Dedy Wijaya	Atas pink, bawah ungu	Atas pink, bawah ungu
14	Subur Makmur 2	Kuning, dan merah	Atas hijau muda, bawah kuning

Tata-ruang dalam Warteg hingga saat ini masih tetap sama, yaitu dengan bentuk penataan pola asimetri. Semua Warteg menempatkan posisi meja saji menempel pada salah satu dindingnya sehingga membentuk huruf "L". Begitu juga etalase makanan yang diletakkan di atas meja saji mengikuti posisi yang sama, hanya sedikit menyisakan ruang untuk meletakkan piring ketika pelanggan sedang makan. Penempatan bangku sebagai tempat duduk mengikuti posisi meja sajinya, sehingga akan

memberi kesempatan pada pelanggan untuk bisa duduk dekat dengan etalase makanan, yang akan memudahkan pelanggan untuk mengambil sendiri atau menunjuk lauk yang dikehendakinya. Selebihnya bangku tempat duduk atau kursi plastik sebagai tambahan tempat duduk yang tidak menghadap etalase makanan ditempatkan pada sekeliling ruangan, mengikuti kontur ruangan warung.

Tata-ruang dalam yang ada pada Warteg, khususnya penggunaan bangku panjang sebagai tempat duduk memberikan

keluwesan kapasitas, termasuk juga memberikan kenyamanan dan kebebasan cara duduk pada saat makan, khususnya ketika suasana sedang tidak rama-rama, pelanggan dapat duduk santai dengan cara mengangkat salah satu kakinya keatas bangku tempat duduknya (jawa: "tengkrekng"). Etalase Warteg untuk menyajikan makanan, pada umumnya bersap dua, yaitu atas dan bawah. Etalase sajian terbuat dari kaca tembus pandang, sehingga memungkinkan pembeli dapat melihat menu yang dihidangkan.

Pesatnya perkembangan teknologi grafis, menjadi pemicu perubahan penampilan *nameboard* Warteg. Maraknya peredaran komunikasi tercetak yang berupa poster, baliho, kain rentang (*spandoek*), maupun grafis lainnya di mana-mana, sangat berpengaruh terhadap penampilan yang memperkuat daya tarik identitas Warteg di Sekaran. Apalagi *nameboard* berfungsi penting sebagai sarana penanda sekaligus promosi.

Secara verbal-visual teknologi grafis penyebarannya paling tampak di setiap fasilitas umum ruang-ruang kota. Mulai pasar tradisional, *mall*, *supermarket*, stasiun, bandara, terminal, rumah sakit, rumah makan, *cafe*, *restaurant* sampai kakilima. Informasi tercetak dalam bentuk reklame, baliho, *x-banner*, *nameboard*, atau *backdrop* banyak ditemui. Ratusan atau bahkan ribuan gambar dan penampilan visual berbagai ukuran, gaya, dan tipe membombardir mata (Arthur, 2000: 11). Sebagaimana yang dikatakan Burton (2008: 167) bahwa media memiliki kekuatan yang besar yang dapat memberi pengaruh yang kuat di bidang finansial (lihat Toekio, 2007: 1., Widyatama, 2007: 24). Pengaruh ini menyebabkan beberapa Warteg di Sekaran memasang *nameboard* yang lebih menarik, baik dari tipografi maupun piktorialnya. Unsur-unsur pesan visual tersebut dikomposisikan dalam tata-letak dan warna yang menarik, yang dipesan melalui jasa percetakan menggunakan teknologi MMT (*Metro Media Technology*).

Tabel 2. Visualisasi *Nameboard* Warteg Sekaran

No	Nama Warteg	Tipografi	Warna	Komposisi	Piktorial
1	Ibu Dewi 1	Huruf berkaki tipe <i>bold</i>	Warna kuning dengan variasi putih pada dasar warna biru	Pada fasad ditulis mendatar-simetri	
2	Rizki Nawir	Huruf tak berkaki tipe <i>light condensed</i> dantipe <i>bold expanded</i>	Warna merah pada panel kaca	Lengkung dipadu horizontal, komposisi metri	Makanan dalam piring dan minuman dalam gelas pada bannernya.
3	Ibu	Huruf tak berkaki	Warna kuning dengan	Pada fasad ditulis	Bunga pada

	Dewi 2	tipe <i>bold</i>	variasi putih pada dasar biru	mendarat-simetri	tembok fasad, teh dalam bungkus padabannernya (sponsor)
4	Ibu Dewi 3	Huruf berkaki, tipe langsing (<i>light condensed</i>)	Warna biru tua di atas bidang warna biru muda	Pada fasad dibuat mendarat-simetri	Minuman dalam botol pada bannernya(sponsor).
5	Djaya	Huruf berkaki tipe <i>bold</i> dan huruf tak berkaki	Warna merah berkontur putih dan warna putih berkontur merah pada panel kaca Dan pada tembok warna putih pada bidang dasar warna orange	Pada panel kaca melengkung-horisontal, simetri, padatembok mendarat simetri	Ornamen sulur pada tembok fasadnya
6	Barokah	Huruf berkaki, tipe langsing (<i>light condensed</i>)	Warna merah diatas bidang warna krem	mendarat-simetri memberat keatas	
7	Dedy 01	Pada panel maupun banner huruf tak berkakiti pelangsing (<i>condensed</i>) dan jenis lebar (<i>expanded</i>). Pada panel kaca huruf tak berkaki tipe <i>bold</i> Pada tembok huruf berkaki tipe langsing (<i>condensed</i>)..	Warna merahp ada panel kaca, banner warna merah pada dasar kuning	lengkung-horisontal simetri	
8	Subur Makmur 1	Pada panel dan banner menggunakan huruf tak berkakiti pelangsing dan <i>bold</i> , baliho menggunakan hurufcampuran.	Warna merah pada panel kaca, warna biru pada tembok fasad	Lengkung-horisontal simetr	Poligon bintangs embilan dan makanan dalam piring ada tembok fasadnya
9	Dedy 02	Pada panel kuning berkontur merah dan pada baliho warna merah berkontur putih pada dasar kuning, <i>banner</i> merah pada dasar kuning	Pada panel kuning berkontur merah dan pada baliho warna merah berkontur putih pada dasar kuning,	Lengkung-horisontal, simetri	
10	Sederha na 1	Pada panel hutak berkaki, tipe ramping (<i>expanded</i>), baliho menggunakan huruf berkaki tipe <i>bold</i>	Merah berkontur kuning, baliho berwarna merah berkontur hitam pada dasar warna kuning,	Panil kacaa simetri karena antara bidang kanan dan kiri tidak sama.	
11	Rizquna	Pada panel ataupun di tembok fasad, menggunakan huruf berkaki tipe roman	Warna biru pada panel. Dan warna merah pada dasar biru muda padatembok fasadnya	Secara keseluruhan Nampak komposisi secara	

12	Sederha na 2	Pada panel huruf berkaki tipe <i>bold</i> . Dom nan pada bidangnya.	Berwarna merah berkontur kuning	asimetri pada fasadnya Melengkung dipadu dengan horizontal, simetri pada 2 bidang panel kacanya
13	DedyWi jaya	Huruf berkakiti pelangsing (<i>condensed</i>), banner dan baliho, huruf tak berkaki tipe <i>bold</i> <i>expanded</i> .	berwarna orange berkontur kuning	Mendatar, simetri pada fasadnya.
14	SuburM akmur 2	Pada panel kaca, menggunakan huruf tak berkaki tipe <i>bold</i> , pada tembok fasad huruf berkaki tipe langsing (<i>condensed</i>).	Merah berkontur kuning pada panel, dan biru berkontur putih pada dasar merah, tembok fasadnya	Pada panel melengkung- horizontal, simetri, pada tembok dalam komposisi horizontal, simetri Makanan dalam piring dan minuman dalam gelas pada tembok fasadnya

(sumber: Ruswondho, 2014)

Representasi Identitas Budaya dalam Estetika Visual Warteg

Perkembangan Warteg tidak ada yang mendasar sifatnya, hal ini bisa difahami karena Warteg adalah salah satu sektor usaha kuliner tetapi tidak seperti sektor-sektor usaha kuliner lain yang bisa di eksploitasi secara besar-besaran. Bagaimanapun yang namanya Warteg sudah terikat oleh pembawaan kedaerahannya atau ciri khas yang melekatnya (Lihat Rohendi, 2000).

Masih adanya tradisi yang melekat pada para pewarteg, yang memegang teguh aturan bahwa sesuatu harus demikian adanya, sebagaimana yang telah dilakukan pada masa-masa sebelumnya. Menjadikan Warteg tidak mengalami perubahan mendasar. Kekhasannya menjadi suatu tradisi yang diakui oleh masyarakatnya. Hal ini menjadi bersifat mengikat, sekali pun terkadang irasional, karena disebabkan oleh latar belakang pola pikir pewarteg. Para pewarteg dari satu generasi ke generasi

berikutnya selalu melakukan hal yang sama pada pembentukan penampilan warungnya. Para pengusaha Warteg, tidak berani untuk melakukan perubahan, ketakutan akan hilangnya identitas yang sudah menjadi kebiasaan turun-menurun masyarakatnya.

Dalam hal ini “mengikuti” dan “melaksanakan” apa yang telah menjadi kebiasaan sebelumnya merupakan salah satu bentuk pencapaian pendidikan, khususnya untuk orang-orang menengah ke bawah sebagai pendidikan “informal” pada ranah apresiasi. Para pewarteg juga sudah melakukan pola “form follow function” sungguh pun tidak memahami maknanya. Warteg bagi lingkungan masyarakat pelakunya, adalah sesuatu yang memiliki nilai sosial tertentu, yaitu tumbuhnya sikap memberikan penghargaan terhadap sesuatu yang dianggap baik, luhur, pantas dan mempunyai daya guna, fungsional bagi masyarakatnya. Ini merupakan kebiasaan yang dilakukan secara turun-temurun, sebagai perilaku yang menyiratkan identitas

budaya yang diejawantahkan dalam penampilan Warteg.

Warna biru misalnya, dalam konteks Warteg, ada yang berpendapat bahwa warna ini mengandung filosofi “keteguhan”, keberanian dan tekad yang besar, untuk berjuang mencari penghidupan di daerah lain. Sifat memiliki keberanian dan rela menderita demi keberlangsungan hidup, bekerja keras dan ulet demi menghidupi keluarga. Sedangkan warna putih, memiliki falsafah “kesetiaan” atau “keterbukaan”, sifat yang menunjukkan “apa adanya”, tanpa basa-basi dan mengetengahkan sikap “bersaudara”. Hal ini menggambarkan perwatakan orang Tegal lugu, lugas, dan tidak mementingkan basa-basi, serta *familiar*. Warteg adalah simbol kewirausahaan ala Tegal yang memiliki semangat pantang menjadi jago kandang, dan menghindari tantangan. Ada semacam kepercayaan pada masyarakat pewarteg bahwa merantau adalah salah satu kunci keberhasilan yang akan dibuktikan di kampungnya.

Dalam konteks budaya, pengaturan ruang senantiasa disusun berdasarkan kebutuhan utama yang kepentingannya untuk memanfaatkan ruang kecil, tetapi dapat terasa nyaman dan akrab. Sirkulasi pelayanan maupun kelancaran mobilitas pelanggan perlu diperhitungkan. Untuk itu ruangan dirancang penataannya supaya fleksibel untuk mengakomodasi kebutuhan orang yang menggunakannya. Dengan cara mempertimbangkan bagaimana perabot ditata, diatur dalam ruang tersebut, agar pengunjung mendapatkan ruang personal sebagai ungkapan privasi mereka.

Ruang personal adalah suatu jarak nyaman yang berkait dengan privasi seseorang, yang umumnya lebih banyak dibentuk oleh budaya (Bloomer, 1997: 68). Ada budaya tertentu yang membentuk orang-orangnya memiliki ruang-ruang personalnya demikian longgar. Pada budaya tertentu ada yang menilai kedekatan secara

fisik dengan menempatkan diri mereka di antara orang-orang lain cukup dekat, bahkan hingga bersentuhan satu sama lain, tidak menjadi persoalan. Tidak terjadi suasana tertekan atau penolakan dalam ruang pribadi masing-masing. Hal ini terjadi karena perasaan menganggap orang lain, siapapun itu memiliki “kesetaraan” yang menjadikannya seperti saudara.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan, dapat disimpulkan dua hal sesuai dengan masalah penelitian. Pertama, semua bentuk penampilan fasad, tata-ruang, tata-saji, dan *nameboard* mencerminkan adanya suatu “keterbukaan”, “keterimaan”, pada siapapun, mempersepsikan manusia memiliki “kesetaraan”, mengetengahkan “egaliterisme” bagi siapapun. Semua bagian dari pertumbuhan Warteg yang selalu nampak tidak “berkelas” merupakan suatu cerminan “kesederhanaan” dari budaya yang membentuknya. Kedua, estetika visual Warteg memberikan representasi identitas budaya yang mencerminkan segala sikap dan perilaku kesederhanaan, keterbukaan, dan keterimaan, serta kesetaraan. Meneguhkan sebagai warung yang memiliki pangsa pasar menengah ke bawah, dengan pelayanan khas kedaerahannya, dan sistem pengelolaan “gotong-royong” dan “kekeluargaan”.

DAFTAR PUSTAKA

- Arthur, Rene., 2000. *Pesan Grafis, Dari Mata Turun Ke Hati*. (terjemahan) Yogyakarta: Kelir.
- Bloomer, Carolyn M., 1976. *Principles of Visual Perception*. New York' Van Nostrand Reinhold Company.
- Denzin, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln., 2009. *Handbook of Qualitative Research*. terjemahan Dariyatno, Badrus Samsul Fata, Abi, John Rinaldi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Hasil wawancara dengan Budayawan Tegal: Yono Daryono. Tanggal 9 Oktober 2013.
- Jayanti, Wanty Eka., 2011. "Dampak Kampus Unnes terhadap Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat di Kelurahan Sekaran". *Tesis*. Semarang: Program Pasca Sarjana Unnes.
- Koentjaraningrat., 1990. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Heberman.,2007. *Analisis Data Kualitatif*terjemahan Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press.
- Rohidi, T.R., 2000 (a). *Ekspresi Seni Orang Miskin, Adaptasi Simbolik terhadap Kemiskinan*. Bandung: Nuansa (Kerjasama Yayasan Adikarya IKAPI dan The Ford Fondation).
- Sachari, Agus dan Yan Yan Sunarya., 2001. *Desain dan Dunia Kesenirupaan Indonesia dalam Wacana Transformasi Budaya*. Bandung: Penerbit ITB.
- Sahman, Humar., 1993 (a). *Estetika, Telaah Sistemik dan Historik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Soedjono, Soeprapto., 2006. *Aspek Budaya Desain Grafis*. Jurnal Dimensi SR & D Volume 4 No.1.September 2006.
- Suparlan, Parsudi., 2005. *Suku Bangsa dan Hubungan Antar Suku Bangsa*. Jakarta: Yayasan Pengembangan Kajian Ilmu Kepolisian.
- Widyatama, Rendra., 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Tjahjono, Gunawan (ed.), 2009. *Sejarah Kebudayaan Indonesia, Arsitektur*. Jakarta: Rajawali Press.