

# STUDI KARAKTERISTIK ARSITEKTUR KHAS PADA WARUNG TEGAL DI JABODETABEK

\*<sup>1</sup>Muhammar Khamdevi

\*<sup>2</sup>Iqbal Rasyid Nasution  
Universitas Mercu Buana

*Abstract — Warung Tegal is an architecture product that is developed by the people without the intervention of an architect. It is one of many traditional restaurants that are growing in Indonesia. The form of the building is an expression of its culture that it carried. But the competition against the modern (western) restaurant caused threats to its existence and simultaneously diminish its unique characteristics. This study aims to identify the characteristics of Warung Tegal in the field of architecture, as documentation attempt to be used as a useful reference in the future. This study used qualitative methods to analyze the objects more. The results of the study were divided into three systems. Spatial Systems; the space shape tends to be simple and rectangle, the space arrangement consists of a terrace, main hall (dining and pantry / food display window), service (kitchen and toilet) and sleeping room, the food ordering by appointment to the food display window, and sellers take orders, the food display table is “L” shaped and situated on the left side or the right side of the room, and the door is generally amounts to 2 (two) and situated on the left and right sides. Physical Systems and Figural Quality; the building materials tend not specific but contemporary, the use of blue color on the walls, the window is woods composition, or glass, or standing board, or none at all, the signage on the front facade, the gable roof have the sloping sides at the front and rear, between the front and rear spaces there is a dividing wall that separates the private space and the public space. Stylistic Systems; the blue color as Tegal identity, the adoption of porch (veranda) of tegal's traditional houses, the woods composition adopted the “klontongan” shop door, the food display table is the development of the warung's traditional table, and the use of*

*glass shop windows the adoption of a general shop window.*

*Keywords: Warung Tegal, Vernacular Architecture, Culinary Tourism, Identity, Brand Image*

Abstrak - Warung Tegal merupakan produk arsitektur yang dikembangkan sendiri oleh rakyat, tanpa campur tangan arsitek. Ia merupakan satu di antara banyaknya rumah makan tradisional yang berkembang di Indonesia. Wujud bangunannya merupakan ekspresi dari budaya yang dibawanya. Namun persaingan terhadap rumah makan modern (barat) menjadi ancaman terhadap eksistensinya dan sekaligus memudahkan karakteristik khasnya. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik khas Warung Tegal dalam bidang Arsitektur, sebagai usaha dokumentasi untuk digunakan sebagai referensi yang berguna di masa datang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis objek lebih mendalam. Hasil penelitian dibagi menjadi tiga aspek. Sistem Spasial; bentuk ruang cenderung sederhana dan persegi, susunan ruang terdiri dari Teras, Ruang Utama (makan dan pantry/etalase), Servis (Dapur dan Toilet) dan Ruang Hunian, pembeli memesan makanan yang ada di etalase kaca, penjual mengambil pesannya, meja Etalase berbentuk “L”, di sisi kiri maupun di sisi kanan ruang, dan pintu umumnya berjumlah 2 (dua) pada sisi kiri dan kanan. Sistem Fisik dan Kualitas Figural; bahan bangunan tidak spesifik dan cenderung kontemporer, penggunaan warna biru pada dinding, jendela berupa susunan kayu atau kaca atau papan atau tidak ada sama sekali, signage pada fasade depan, atap pelana yang umumnya memiliki sisi miring pada depan dan belakang, antara ruang depan dan belakang terdapat dinding pembatas yang memisahkan antara ruang yang

bersifat privat dan ruang yang bersifat publik. Sistem Stilistik; warna biru sebagai ciri khas Tegal, adopsi teras (emperan) rumah tradisional tegal, susunan kayu pada jendela lebih khas dan mengadopsi pintu warung klontongan, meja etalase adalah perkembangan dari meja gelar warung tenda, dan penggunaan etalase kaca merupakan adopsi dari etalase toko.

**Kata Kunci:** Warung Tega Arsitektur Vernakular, Wisata Kuliner, Identitas, Citra Merek

## 1 PENDAHULUAN

Warung Tegal (Warteg) adalah salah satu dari berbagai jenis warung makan dan rumah makan tradisional yang menyajikan makanan dan pelayanan yang mencerminkan karakter masyarakat daerah Tegal. Sajian yang disuguhkan umumnya tidak spesifik, terdiri dari banyak ragam sayur dan lauk. (Juanda, 2004). Terdapat banyak versi mengenai sejarah Warteg. Satu versi menyatakan bahwa warteg muncul ketika banyaknya proyek pembangunan infrastruktur di Jakarta tahun 50-an dan 60-an, di mana imigran asal Tegal di ibukota mulai menyediakan layanan kuliner di lokasi proyek berbentuk bedeng proyek.

Versi kedua bermula dari *setting* gejeran Mataram-Batavia antara Sultan Agung dan VOC, dimana terjadi pengerahan warga Tegal sebagai prajurit penggempur VOC di Batavia (Hastiyanto, 2010). Versi yang paling kuat adalah berasal dari keterangan Koperasi Warung Tegal (KOWARTEG). Warteg ternyata sudah ada di sudut-sudut kota Tegal berupa warung-warung tenda seperti halnya warung tenda yang umumnya tersebar di wilayah Indonesia, terutama di Pulau Jawa, seperti Angkringan di Yogyakarta dan Wedangan di Solo. Sedangkan Warteg tertua di Jakarta adalah Warteg Pak Warno di dekat lapangan udara kemayoran yang berdiri tahun 1948 dengan ukuran 3x4 m<sup>2</sup> dan pertama kali melakukan terobosan penggunaan etalase kaca. Setelah itu, Wartegnya berkembang menjadi lebih permanen seperti Warteg yang kita lihat sekarang (Putra, 2012).

Di Indonesia, rumah makan atau restoran biasanya diasosiasikan sebagai tempat makan dengan usaha skala besar untuk pelanggan dari kalangan menengah ke atas. Sedangkan, tempat makan dengan usaha skala kecil untuk pelanggan dari kalangan kelas menengah ke bawah biasanya

disebut warung makan atau kedai makan (Ayodya, 2007). Ciri khas warung makan adalah tempat makan dengan ruang dan perabot sederhana (Ayodya, 2010). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, warung adalah tempat menjual makanan, minuman, kelontong, dsb; kedai; lepau (Alwi, 2007). Untuk karakter rumah makan etnis (tradisional), terutama di Asia, biasanya diekspresikan pada desain dari dasar pemikiran dan ritual presentasi dan pelayanan makanan. Pemasaran, makanan tradisional dan metode penyiapan mungkin telah dimodifikasi sesuai cara Barat (Neufert, 2002).

Jaman dahulu, warung atau kedai diidentikkan dengan tempat minuman keras, bermain judi sekaligus bermain wanita. Sekarang masih ada sisanya dan biasa disebut warung "remang-remang". Namun semenjak Islam datang ke Indonesia, warung menjadi tempat usaha yang lebih bermanfaat, seperti warung toko, warung kopi dan warung makan (Eson, 2011). Syekh Maulana Malik Ibrahim pernah membuka warung di Desa Sembalo, Gresik, menjual barang kebutuhan pokok dengan harga murah. Di warung inilah beliau memulai dakwah Islam di Gresik (Syamsu, 1999). Sampai saat ini, Gresik juga terkenal sebagai kota "warung kopi".

Bukti masakan warisan budaya masa lalu masih bisa dinikmati hingga kini, namun sayangnya belum ada dokumentasi sejarah yang ditulis secara lengkap oleh para ahli sejarah mengenai kuliner Indonesia, terutama rumah makan. Lebih buruk, belum ada kebijaksanaan yang mendukung pengembangan kuliner asli Indonesia (Alamsyah, 2008).

Rumah makan tradisional Indonesia juga selalu mengalami persaingan yang sangat berat terhadap menjamurnya restoran-restoran luar negeri akibat era globalisasi, seperti McDonald, KFC, Starbucks dan lain-lain. Hal ini telah menyebabkan terjadinya penjajahan baru yang awalnya hanya dalam dimensi ekonomi, sekarang telah menyentuh dimensi budaya. Fenomena ini disebut Imperialisme Kebudayaan (*cultural imperialism*) yaitu fenomena di mana perusahaan multinasional besar dan media dari negara-negara maju mendominasi negara-negara berkembang. Barat tidak saja menanamkan modal dan infrastruktur fisik, namun sekaligus memaksakan modal budayanya untuk diterima sebagai nilai tunggal peradaban manusia mendatang (Schiller, 1976).

Edward Said menggunakan istilah "*orientalism*" untuk menunjuk bagaimana peradaban kita, Timur, dikonseptualisasi oleh kebudayaan, paradigma dan ilmu pengetahuan Barat mulai era kolonialisme. Hal ini menunjukkan cara Barat mendominasi, merestrukturisasi, dan menguasai Timur. Dengan adanya kesadaran poskolonial ini, memicu kesadaran bahwa walau penjajahan secara fisik telah berakhir, namun penjajahan pikiran, jiwa, dan budaya masih terus berlangsung. Lokalitas dihakimi, dianggap menyimpang dan dengannya berusaha disingkirkan. Masyarakat yang terjajah biasanya menempuh proses "*mimicry*" atau peniruan dalam menghadapi wacana penjajah mengenai emansipasi dan kesetaraan dengan kaum penjajah (Said, 2003). Hal atau cara "*modern*" dianggap dan diukur sebagai hal atau cara Barat. Lalu mereka mengikutinya dan meninggalkan cara Timur atau budaya tradisional sendiri. Sehingga bekas-bekas identitas dirinya pun menjadi terkikis pelan-pelan hingga hilang.

Rumah makan tradisional adalah salah satu objek warisan budaya secara fisik dan telah bertransformasi mengikuti arus waktu sejarah. Penelitian tentang arsitektur vernakular dan tradisional hingga kini cenderung hanya membahas rumah, kampung maupun kota tua. Maka perlu upaya untuk mendokumentasikan, sebagai langkah awal dalam melestarikan karakteristik lokalitasnya, terutama secara arsitektural. Arsitektur vernakular berkembang dari arsitektur rakyat yang lahir dari komunitas etnik dan berlandaskan tradisi etnik, serta dibangun oleh tukang berpengalaman, menggunakan teknik dan material setempat, serta merupakan jawaban atas *setting* lingkungan tempat bangunan berada dan selalu membuka untuk terjadinya transformasi (Turan, 1990). Ia akan menjadi arsitektur tradisional jika melalui proses turun-temurun yang dipengaruhi oleh nilai-nilai budaya lokal sehingga menciptakan tatanan perancangan (Suharjanto, 2011).

Karakteristik rumah makan diperlukan sebagai identitas. Tiap bangunan membutuhkan identitas supaya dapat dengan mudah dikenali dan dipahami oleh masyarakat, terutama tipologi fungsi bangunan tertentu maupun budaya atau kedaerahan. Identitas tersebut

disampaikan dengan bahasa arsitektur tertentu untuk mengungkapkan ekspresi dan karakter yang diinginkan melalui pemakaian elemen-elemen dan unsur-unsur pembentuk bangunan yang merupakan kombinasi dari metode dan gaya tertentu.

Manusia dalam mengamati lingkungannya selalu berupaya untuk menemukan karakter terpenting pada lingkungan dan menyimpannya dalam ingatan sebagai penanda (Bell et al, 1996). Citra identitas akan menuntut suatu pengenalan atas suatu obyek dimana didalamnya harus tersirat perbedaan obyek tersebut dengan obyek yang lainnya, sehingga orang dengan mudah bisa mengenalinya (Lynch, 1982).

Dalam Semiotika, penanda memiliki dua entitas, yakni "*signifier*" sebagai citra suara dan "*signified*" sebagai konsep, yang keduanya memiliki hubungan yang tidak dapat dipisahkan (Berger, 1998). Penanda bisa berupa verbal atau penanda visual non-verbal, terutama tulisan dan gambar (Zoest, 1992). Sistem penanda mencerminkan asumsi masyarakat sebagai pembaca tanda pada waktu tertentu. Hal itu, tergantung pengalaman pribadi dan budaya pembaca maupun konvensi yang dialami dan diharapkan pembaca (Barthes, 1957). Salah satu contoh adalah penggunaan atap *Bagonjong* diasumsi oleh masyarakat di Jabodetabek sebagai penanda pada Rumah Makan Padang (Khamdevi, 2012).

Identitas juga bersinggungan dengan pengertian "*brand image*" (Citra Merek) secara luas, yang merupakan salah satu cara pemasaran dalam sebuah strategi bisnis, terutama pada restoran. *Brand* atau merek adalah suatu nama, kata, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk dan jasa tertentu (Kotler et al, 2003).

Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah kriteria-kriteria karakteristik arsitektur khas Warung Tegal (Warteg) sebagai referensi bagi para arsitek maupun pengusaha dalam merancang maupun mengembangkan perancangan Warung Tegal. Selain untuk strategi bisnis melalui *brand image* untuk bersaing dengan "*global brand*" negara lain, ia juga berfungsi untuk menjaga identitas lokalitasnya.

## 2. Metodologi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang di dalamnya memaparkan teori dasar, studi kasus, dan analisis. Metode kualitatif adalah metode penelitian sifatnya deskriptif dan induktif. Pada metode ini, penelitian berangkat dari data yang ada yang diperoleh dari studi literatur, observasi, dokumentasi dan wawancara.

Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara purposif, yaitu dipilih dengan pertimbangan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2012). Pemilihan sampel bersifat sementara, menggelinding seperti bola salju, disesuaikan dengan kebutuhan, dan dipilih sampai jenuh (Lincoln dan Guba, 1985).

Dalam pengumpulan data, metode triangulasi digunakan untuk menguji kredibilitas data (Sugiyono, 2012). Lalu data-data yang dikumpulkan tersebut dianalisis bagaimana karakteristiknya secara arsitektural. Untuk mengetahui karakteristik bangunan dapat dilakukan dengan manganalisis:

1. Sistem spasial: pola ruang, orientasi, hirarki
2. Sistem fisik dan kualitas figural: wujud fisik, bahan/material, dan pembatas ruang
3. Sistem stilistik: atap, kolom, bukaan, dan ornamen (Habraken, 1988).

## 3. Hasil dan Pembahasan

Berikut hasil studi karakteristik arsitektur khas warung tegal di wilayah Jabodetabek adalah:

### 1. Sistem Spasial

Keruangan Warteg sangat sederhana sekali. Luas bangunan Warteg bervariasi, tergantung dari kondisi bangunan dan lahan yang terbangun dan tersedia. Biasanya lebar bangunan Warteg sebesar 3 hingga 4 meter.

Di depan Warteg terdapat sebuah teras. Teras ini diperuntukkan sebagai Ruang Tunggu sekaligus Ruang Area Merokok diperuntukkan bagi pembeli jika tempat duduk sedang penuh. Selain itu teras ini juga berfungsi sebagai tempat berteduh. Lebar teras biasanya antara 1 hingga 3 meter. Biasanya pada teras disediakan bangku panjang untuk duduk.



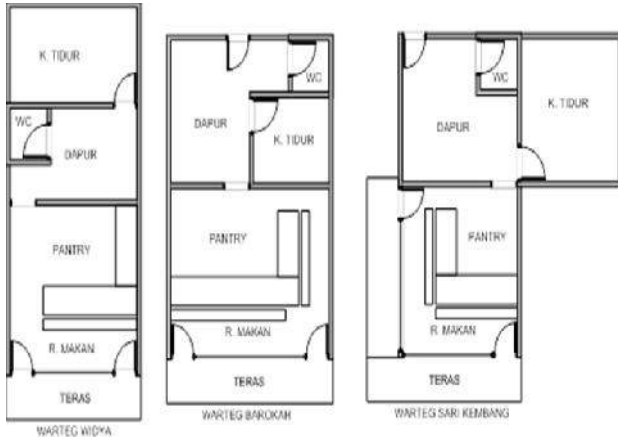
**Gambar 1.**

Situasi ruang di Warteg Karang Tengah, Ciledug, Jakarta Barat (atas) dan Warteg Sederhana, Kebon Jeruk (bawah)

*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2013 dan 2014*

Dari teras kita pengunjung dapat bergerak ke ruang utama berupa ruang makan melalui pintu yang biasanya berjumlah 2 (dua) buah, tapi beberapa kasus ada yang berjumlah 1 buah pintu (contoh: Warteg Sinar Bahari, Kebayoran Lama) maupun 3 buah pintu (contoh: Warteg Kharisma, Pondok Pinang) tergantung dari luas bangunan maupun kondisi bangunan tersebut (misalnya berada pada sudut perempatan jalan). Pembuatan 2 buah pintu ini dimaksudkan untuk memberikan akses masuk yang cukup ke dalam bangunan. Sehingga pengunjung dapat masuk dengan leluasa ke dalam dari pintu yang mana saja. Di ruang utama ini terdapat *display* atau etalase makanan yang berbentuk "L" sebagai tempat penyajian makanan, kadang berada di sebelah sisi kiri maupun sisi kanan bangunan. Etalase yang terbuat dari kaca ini dikelilingi dengan meja makan dan bangku pada sisi luarnya yang langsung menghadap etalase. Umumnya bangku berupa bangku memanjang, namun ada yang

menggunakan bangku satuan namun berhimpitan. Perlakuan ini dimaksudkan untuk menciptakan suasana kebersamaan dan pelanggan dapat dengan mudah memilih makanan dan supaya dapat menambah nafsu makan para pelanggan agar menambah pesannya lagi. Pada sisi dalam etalase adalah ruang pemilik atau penjual Warteg untuk melayani pengunjung. Di sisi dalam ini juga terdapat tempat penyiapan nasi, alat-alat makanan dan minuman.

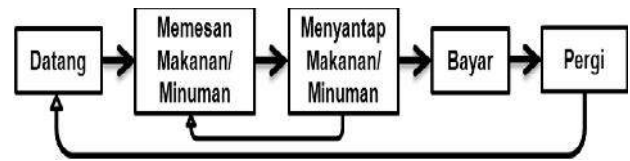


**Gambar 2.**

Denah Warteg Widya, Rawa Bokor (kiri), Warteg Barokah, Daan Mogot (tengah), dan Warteg Sari Kembang, Meruya Selatan (kanan)  
*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2013 dan 2014*

Sedangkan di belakang ruang utama terdapat dapur, toilet dan ruang hunian sebagai tempat tinggal pemilik Warteg. Ruang belakang ini dipisahkan oleh dinding, sehingga tidak terlihat oleh pelanggan dan juga menjaga privasi. Ruang hunian biasanya adalah kamar tidur. Jika Warteg sedang tutup, ruang utama Warteg dapat digunakan sebagai ruang keluarga.

Secara umum kegiatan penjual dan pembeli sama seperti rumah makan biasa. Satu yang khas adalah kegiatan memesan makanan yang dilakukan pembeli dengan menunjuk makanan yang diinginkan pada etalase, sedangkan penjual mengambil pesanan tersebut di depan pembeli. Selain itu ada kegiatan memesan tapi tidak makan di tempat, melainkan dibungkus untuk dimakan di luar Warteg. Berikut skema kegiatan pembeli di Warteg pada umumnya:

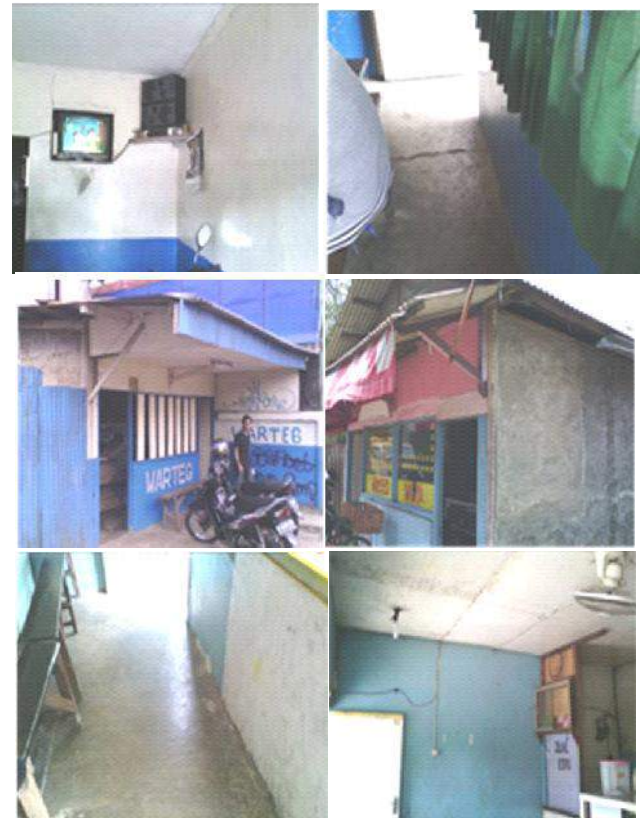


**Gambar 3.**

Skema kegiatan pembeli di Warteg  
*Sumber: Analisis Pribadi, 2014*

## 2. Sistem Fisik dan Kualitas Figural

Tiap elemen fisik bangunan menggunakan bahan bangunan yang tidak spesifik dan cenderung menggunakan bahan bangunan kontemporer. Pondasinya menggunakan pondasi batu kali. Lantainya menggunakan semen beraso maupun keramik biasa. Dinding menggunakan batu bata atau triplek kayu atau kombinasi keduanya. Langit-langit menggunakan triplek kayu. Rangka atap menggunakan kayu, dan tidak spesifik jenis kayunya. Untuk penutup atap diselesaikan dengan genteng keramik atau asbes.



**Gambar 4.**

Fisik Bangunan Warteg Karang Tengah, Ciledug (atas) dan Warteg Widya, Rawa Bokor (bawah)

*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2013 dan 2014*

Perlakuan yang khas pada fisik bangunan terlihat dari penggunaan cat warna biru pada dinding bangunan. Ada yang berwarna biru penuh, ada yang sebagian, dan ada yang tidak sama sekali. Penggunaan warna biru ini mencerminkan Tegal sebagai Kota Bahari, dan sudah menjadi identitas.

Selain itu penggunaan susunan kayu pada fasade, terutama jendela bangunan umumnya sangat lekat dengan identitas Warteg. Jika Warteg buka, satu papan dicopot, lalu papan-papan yang lain diberi jarak, sehingga berfungsi sebagai jendela untuk pencahayaan dan penghawaan. Jika Warteg tutup, jendela ini tertutup rapat. Namun sekarang ada beberapa Warteg yang tidak lagi menggunakan jendela susunan kayu ini, melainkan kaca. Ada pula yang tidak memiliki fasade, baik kayu maupun kaca, karena luas bangunan yang kecil dan terbatas dan pintunya menggunakan *rolling door*. Sehingga beberapa Warteg menggunakan papan berdiri, seakan-akan ada 2 (dua) pintu masuk seperti Warteg pada umumnya, tapi ada juga yang tidak sama sekali. Walaupun begitu semua jenis fasade ini terdapat *signage* nama Warteg (pada dinding, kaca maupun papan).



**Gambar 5.**

Jenis-jenis Fasade Warteg Karang Tengah, Ciledug(1), Warteg Kharisma Bahari, Pondok Pinang (2), Warteg Barokah, Lenteng Agung (3), Warteg Citra Bahari, Kebayoran Lama (4)

*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2013 dan 2014*

Ruang yang dibentuk oleh elemen-elemen fisik ini umumnya sederhana dan berbentuk persegi. Bentuk atap umumnya berjenis atap pelana. Kebanyakan tiap sisi miringnya menghadap depan dan belakang bangunan. Ada beberapa Warteg atapnya tidak demikian, namun pada depan bangunan, terutama teras ditutup lagi

dengan atap miring menjorok ke depan.

### 3. Sistem *Stilistik*

Penggunaan warna biru sangat kental pada Warteg pada umumnya. Dan warna ini justru juga melekat pada mata pembeli. Warna biru itu sudah menjadi ciri khas Tegal sebagai Kota Bahari. Hal ini juga terlihat pada lambang Kota maupun Kabupaten Tegal. Warna birunya pun tidak spesifik. Bisa warna biru apa saja.

Penggunaan teras dan adap teras pada depan bangunan Warteg mengadopsi teras (*emperan*) pada arsitektur rumah tradisional Tegal. Beberapa Warteg ada yang memasih memakai tiang penopang atapnya, namun kebanyakan justru tidak memakai karena lebar terasnya pendek.



**Gambar 6.** Rumah Tradisional Tegal

*Sumber: Website Pemkot Tegal, 2013*

Dari berbagai jenis fasade Warteg, fasade yang sangat kental di mata pengunjung yang menjadi ciri khas Warteg adalah yang menggunakan susunan kayu pada jendelanya. Susunan kayu ini umumnya dipakai pada pintu warung klontongan.



**Gambar 7.**

Teras Warteg Egar Sari, Pondok Aren (kiri), Pintu Warung Klontongan (tengah) dan Pintu Warteg Bahari, Bekasi (kanan)

*Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2013 dan 2014*

Etalase kaca berbentuk “L” merupakan perkembangan dari meja gelar Warung Tenda, di mana diletakkan berbagai macam jenis makanan yang dijual. Penggunaan etalase memberikan keamanan dari polusi udara, lalat (kebersihan dan kesehatan) dan juga kecurangan yang mungkin dilakukan pembeli. Penggunaan etalase kaca ini mendapat pengaruh dari etalase-etalase toko. Sedangkan bentuk “L” dari meja etalase ini adalah penyesuaian optimal dari penggunaan ruang.

#### 4. Kesimpulan

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Warteg memiliki karakteristik arsitektur khas sebagai salah satu warung makan tradisional yang berkembang di Indonesia. Ia memiliki tipologi yang unik yang berbeda dari warung makan ataupun rumah makan lainnya. Kriteria-kriteria yang dihasilkan dari penelitian ini tidak hanya menjadi dokumentasi dari sejarah arsitektur Indonesia tapi juga menjadi referensi dalam perancangan selanjutnya untuk menjaga kearifan lokalnya yang berdasar pada arsitektur rakyat (vernakular). Bahkan hasil penelitian ini justru mendorong dan membuka pengembangan rancangannya di masa datang sehingga arsitek tidak terjebak pada romantisme belaka.

Secara garis besar, karakteristik arsitektur khas Warteg adalah sebagai berikut:

##### Sistem Spasial

- Bentuk ruang cenderung sederhana dan persegi
- Susunan ruang terdiri dari Teras, Ruang Utama (makan dan pantry/etalase), Servis (Dapur dan Toilet) dan Ruang Hunian
- Pembeli memesan makanan yang ada di etalase kaca, penjual mengambil pesannya
- Meja Etalase berbentuk “L”, di sisi kiri maupun di sisi kanan ruang
- Pintu umumnya berjumlah 2 (dua) pada sisi kiri dan kanan

##### Sistem Fisik dan Kualitas Figural

- Bahan bangunan tidak spesifik dan cenderung kontemporer
- Penggunaan warna biru pada dinding
- Jendela berupa susunan kayu atau kaca atau papan atau tidak ada sama sekali

- *Signage* pada fasade depan
- Atap pelana yang umumnya sisi miring pada depan dan belakang
- Antara ruang depan dan belakang terdapat dinding pembatas yang memisahkan antara ruang yang bersifat privat dan ruang yang bersifat publik

##### Sistem Stilistik

- Warna biru sebagai ciri khas Tegal (Kota Bahari)
- Adopsi teras (emperan) rumah tradisional tegal
- Susunan kayu pada jendela lebih khas dan mengadopsi pintu warung klontongan
- Meja etalase adalah perkembangan dari meja gelar warung tenda
- Penggunaan etalase kaca merupakan adopsi dari etalase toko

#### 5. Daftar Pustaka

- Alamsyah, Yuyun (2008). *Bangkitnya Bisnis Kuliner Tradisional*. Jakarta: PT. Elex Media komputindo.
- Alwi, Hasan (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ayodya, Wulan (2007). *Kursus Singkat Usaha Rumah Makan Laris Manis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ayodya, Wulan (2010). *Mengenal Usaha Warung Makan*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Barthes, Roland, (1957). *Mythologies*. New York: The Noonday Press.
- Berger, Arthur Asa, (1998). *Media Analysis Techniques*, 2nd edition. Thousand Oakes: Sage Publications.
- Bell et al (1996). *Environmental Psychology*. New York: Harcourt Brace Collage Publishers.
- Eson (2011). *Warung dan Wali di Gresik*. Gresik tandatanya. Blogspot.com. <http://gresiktandatanya.blogspot.com/2011/06/warung-dan-wali-gresik.html>
- Habraken, N. John (1988). *Type as Social Agreement*. Seoul: Asian Congress of Architect.
- Hastiyanto, Febrie (2010). *Spirit Warteg dan Kultur Wirausaha Tegal*. Tegal: Radar Tegal.

- Khamdevi, Muhammar (2012). The Shifting Meaning Of Bagonjong Roof On Padang Restaurant In Greater Jakarta Today: An Interdisciplinary Study. **2nd CONVEEESH & 13th SENVAR International Conference**, Yogyakarta: Universitas Duta Wacana.
- Juanda (2004). Analisis karakteristik usaha warung tegal di kebayoran baru jakarta selatan dan implikasinya terhadap pemberian kredit mikro pada pt bank bni. **Masters thesis**, Institut Pertanian Bogor.
- Kotler, Philip & Armstrong (2003). *Marketing Management, 11th edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Lincoln, Y.S. dan Guba, E.G. (1985). *Naturalistic Inquiry*, California: Sage Publication.
- Lynch, Kevin (1982). *The Image of The City*. London: MIT Press.
- Moleong, L. J. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rosda.
- Neufert (2002). *Architect's Data: Third Edition*. London: Blackwell Science.
- Putra, Budi (2012). *Rubrik Tempo Doeloe!* Sejarah Koperasi Warteg Jakarta. Jakarta: Tempo Edisi 17-23 Desember 2012.
- Said, Edward W. (2003). *Orientalism, New Edition*. New york: Vintage Books, A Division of Random House.
- Schiller, Herbert I. (1976). *Communication and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- Stainback et al (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Iowa: Kendall/Hunt Publishing Company.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Suharjanto, Gatot (2011). Membandingkan Istilah Arsitektur Tradisional Versus Arsitektur Vernakular: Studi Kasus Bangunan Minangkabau Dan Bangunan Bali. **ComTech** Vol.2 No. 2. Hal: 592-602.
- Syamsu, Muhammad (1999), *Ulama Pembawa Islam di Indonesia dan Sekitarnya*, Jakarta: Lentera.
- Turan, Mete (1990). *Vernacular Architecture: Paradigms of Environmental Response*. Aldershot: Avebury.
- Van Zoest, Aart (1992). *Serba-serbi Semiotika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Vidler, Anthony (1998). *The Third Typology*. Massachusett: MIT Press.

