
Makanan dan Budaya Makan; Usaha Makanan Etnik “Warung Tegal” Pada Masyarakat Multikultur Jakarta

¹⁾ Juwono Tri Atmodjo, ²⁾ Susanne Dida

¹⁾ Dosen Fikom Universitas Mercu Buana Jakarta, ²⁾ Dosen Fikom Universitas Padjadjaran Bandung

¹⁾juwono_tri_atmodjo@mercubuana.ac.id ²⁾ susanne.dida@unpad.ac.id

Abstract, Jakarta as the capital city of Indonesia with a multicultural society causes a variety of types of food, eating procedures and ways of serving them as an illustration of the diversity of ethnicities, tribes and ethnic groups in Indonesia. Ethnic food, food from other nations, food products from the influence of popular culture, globalization, glocalization, and industrial products color the offering of dining options in Jakarta. Food as a cultural product is related to the way of life of the community not only to meet nutritional needs but also to the way of presentation and social cultural activities of the community. Ethnic food in multicultural communities in Jakarta is a typical ethnic food of an area which is used as a restaurant business community. Local wisdom on coastal and non-coastal food of the Javanese Tegal ethnic group as cultural capital for the gastronomic business of “Tegal Food Shop” in Jakarta.

Keywords: Food, Culture, Ethnic Food Business, Tegal Food Shop, Jakarta

Abstrak, Jakarta sebagai ibu kota negara Indonesia dengan masyarakat multikultural menyebabkan adanya keragaman jenis makanan, tata cara makan dan cara penyajiannya sebagai gambaran keragaman etnik, suku dan suku bangsa yang ada di Indonesia. Makanan etnik, makanan dari bangsa lain, produk makanan dari pengaruh budaya populer, globalisasi, glocalisasi, dan produk industri mewarnai penawaran pilihan tempat makan di Jakarta. Pangan sebagai produk budaya berkaitan dengan cara hidup masyarakat tidak hanya memenuhi kebutuhan gizi tetapi juga cara penyajian, kegiatan sosial budaya masyarakat tersebut. Makanan etnik pada masyarakat multikultur di Jakarta sebagai makanan etnik khas suatu daerah yang dijadikan komunitas usaha rumah makan. Kearifan local makanan pesisir dan bukan pesisir Etnik Jawa Tegal sebagai modal budaya untuk usaha gastronomi “Warung Tegal” di Jakarta.

Kata Kunci: Makanan, Budaya, Bisnis Makanan Etnis, "Warung Tegal", Jakarta

A. Pengantar

Makanan dan cara makan tidak dapat dilepaskan dari aktivitas sosial yang dilakukan dan budaya yang dianut oleh seseorang dalam masyarakat. Masing-masing orang memiliki kebiasaan cara makan, pilihan jenis dan kadar makanan, pandangan, nilai, norma dan pengalaman serta pengetahuan tentang makanan dan cara makan yang dipelajari dari proses sosialisasi dengan keluarga dan lingkungan sosialnya.

Makanan dan cara makan representasi dari keseluruhan proses fisiologis, psikologis, sosial dan budaya yang dianut seseorang. Masalah makanan, berkaitan dengan pilihan jenis makanan, kombinasi makanan, jumlah dan kualitas makan, cita rasa makanan, urutan makan, waktu dan tempat makan dan sebagainya. Pemenuhan kebutuhan fisiologis sebagai gambaran kebutuhan nutrisi dan kerja faal tubuh dan cara-cara memenuhinya melalui makan.

Kebutuhan psikologis tidak hanya pemenuhan rasa lapar, tetapi juga pemuasan kebutuhan perasaan dan ketenangan jiwa. Kebutuhan berinteraksi dengan orang lain, melalui makan saling berbagi kebahagiaan dengan bersantap bersama. Relasi-relasi sosial yang dibangun tidak jarang dirasa lebih penting dari makannya itu sendiri. Cara makan menggambarkan kebiasaan, nilai, norma dan budaya yang dianut seseorang, identitas sebagai gambaran keseluruhan bentuk kesejarahan seseorang.

Makanan dan cara makan berkaitan dengan identitas personal (*personal identity*), identitas kelompok (*group identity*), identitas etnik (*food and Ethnic Identity*) dan budaya (*Food and Cultural*) yang dianut seseorang, replika dari kesejarahan hidup seseorang, pandangan, pengetahuan, pengalaman, dan aktivitas seseorang. Seseorang dapat mencocokkan

keadaan dan identitas mana yang dominan pada saat makan. Identitas pribadi, identitas kelompok etnik dan identitas lainnya memberikan referensi siapa seseorang tersebut melalui apa yang dimakan dan cara makan yang ia lakukan.

Jakarta sebagai Ibukota Negara, pusat pemerintahan, dan pusat bisnis menjadikan Jakarta sebagai salah satu tempat tujuan merantau dari berbagai suku dan etnik di Indonesia. Sebagai Kota Megapolitan yang mana gaya hidup modern yang menjadi bagian dari budaya populer sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat Jakarta. Gaya hidup modern berkaitan dengan makanan dan cara makan ditandai dengan kebiasaan sebagian masyarakat yang mengkonsumsi menu-menu masakan global, kemasan tempat makan, dan cara-cara makan, disatu sisi. Sisi yang lain, masakan khas suatu etnik atau daerah tertentu menjadi bagian cara makan masyarakat Jakarta yang multikultur.

Masalah makan tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar, cara hidup dan gaya hidup telah merubah “makanan” menjadi “budaya makan” dengan berbagai atribut yang menyertainya; baik seting tempat, teknologi yang digunakan, cara pemesanan, cara pembayaran, etiket, cara makan dan sebagainya. Munculnya acara-acara TV, Majalah, buku resep masak, wisata kuliner, Mr Chefs, informasi melalui media baru dan sebagainya telah merubah makna “makanan dan cara makan” menjadi “budaya makanan” yang tidak jarang lebih heboh dari makanannya sendiri.

Budaya makan yang berakar dari tradisi budaya yang sudah lama ada alih-alih etnik yang ada di Jakarta dan budaya modern (budaya populer) sama-sama ada di Jakarta. Kemungkinan-kemungkinan rumah makan yang masih (sebagian besar) mempertahankan tradisi budaya dalam

mengolah dan menyajikan makanan, rumah makan yang sudah mengadopsi budaya modern, rumah makan modern yang mengali makanan etnik diolah dan disajikan dengan cara-cara modern.

Budaya modern yang paling nampak yaitu melalui teknologi mengolah makanan, seting tempat, suasana makan, pelayanan dan cara pembayarannya. Kebersihan, kesehatan, cita rasa dan kenyamanan menjadi bahan abstraksi penyediaan tempat makan.

Selain rumah makan modern dalam bentuk rumah makan khas suatu negara, *restoran, Cafe, fast food* dan produk budaya populer lainnya. Fenomena menarik yaitu beberapa tempat makan yang menyajikan masakan khas etnik Indonesia dan tersebar diantara gedung-gedung perkantoran, pemukiman dan jalan-jalan ramai yaitu rumah makan Etnik Jawa Tegal atau disebut "Warung Tegal". Istilah "warung" identik dengan rumah makan, dan "Tegal" identik dengan orang-orang dari wilayah Tegal sebagai bagian dari etnik Jawa - Tegal.

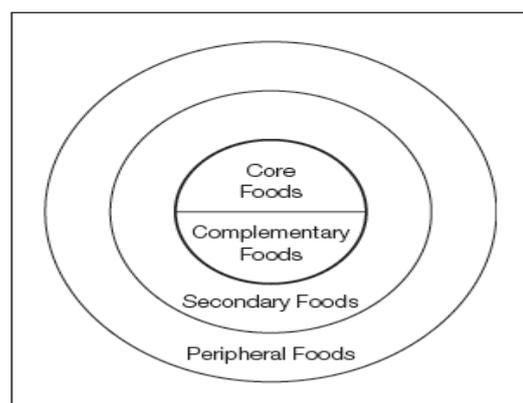
B. Kajian Pustaka

Kittler and Kathryn (2012:1) mengemukakan bahwa makanan, adalah substansi yang memberikan nutrisi yang diperlukan menjaga kehidupan dan pertumbuhan ketika ditelan/dimakan. Definisi ini lebih menekankan pada kegunaan makanan bagi tubuh dan aktivitas (tindakan) yang di sebut makan.

Kittler and Kathryn (2012:2) mengemukakan bahwa manusia pada hakekatnya omnivora, yang berarti manusia dapat mengkonsumsi dan mencerna berbagai makanan dari tumbuhan (*herbivora*) dan pemakan daging atau ikan dari sejenis hewan (karnivora) yang ditemukan di lingkungan mereka. Manusia memiliki keuntungan utama yaitu manusia bisa beradaptasi hampir semua lingkungan yang menyediakan bahan makanan nabati dan hewani.

Penglongan makanan berdasarkan perilaku makan pada empat ketegori. Baik makanan yang paling sering dimakan tiap hari atau disebut sebagai makanan pokok. Makanan pokok di Indonesia dapat beras, jagung, ketela (gaplek), dan sagu. Pada saat makan makanan pokok lazimnya disajikan dengan makanan pelengkap, berupa sayur mayur dan lauk pauk.

Kittler and Kathryn (2012: 7) mengemukakan pengolongan makanan sebagai berikut pada suatu budaya dapat didasarkan pada frekuensi konsumsi. Konsep makanan yang pertama yaitu makanan pokok (*core foods*) yaitu makanan pokok yang selalu menjadi bagian makan setiap hari dan sat makan. Makanan pokok ini yaitu karbohidrat kompleks, seperti beras, gandum, jagung, ubi, singkong, talas, atau pisang raja. Makanan pelengkap (*complementary foods*) yaitu bahan makanan yang memiliki cita rasa karena diberi bumbu-bumbu. Makanan pelengkap dapat berupa makanan sekunder (*secondary foods*). Makanan periferal (*periferal foods*) makanan yang bukan bagian makanan pokok dan pelengkap. Tipikasi makanan berdasarkan empat kategori tersebut, seseorang dalam makan ditentukan oleh kebiasaan dan identitas budayannya.



Gambar 1 *The core and complementary foods model* ; Kittler and Kathryn (2012: 8)

Tindakan manusia berkaitan dengan makan merupakan tindakan yang unik dan sangat personal. Pilihan-pilihan apa yang dimakan berdasarkan kesenangan, dengan cara memasak atau masakan tertentu serta dengan cara makan masing-masing. Kombinasi makanan sebagai sajian personal sehingga mulai menyantap sampai selesai sangat tergantung pada apa maunya personal tersebut. Makan atau aktivitas makan tidak berdiri sendiri, makan dengan keluarga, teman, kolega, pimpinan dengan berbagai aktivitas yang dilakukan. Sering pertemuan dengan orang lain atau aktivitas komunikasi lebih penting dari makannannya sendiri.

Lebih luas dari identitas diri, masalah makan sebagai identitas budaya yang dipahami seseorang. Budaya memberikan preferen yang dipelajari dari lingkungan sosial dan sebagai adaptasi dengan sumber bahan makanan dari waktu kewaktu serta bagaimana makan menurut kelompok budaya tersebut. Tempat tinggal seseorang akan berkaitan dengan bahan makan yang tersedia dan budaya yang turun temurun bagaimana mengolahnya sebagai bahan makanan. Sistem religi yang dianut suatu masyarakat juga menentukan cara makan, berkaitan boleh tidaknya makan makanan tertentu. Seperti makanan babi tidak diperbolehkan dalam bagi yang muslim tetapi boleh bagi yang beragama Kristen, Hindu dan Budha. Keyakinan yang dianut memberikan pedoman bahan makanan yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan, cara mengolah makanan, dan nilai serta norma bahkan hukum makanan dan makan.

C. Makanan Etnik

. Secara geografis Kota Tegal yang ada di Pesisir Pantai Utara dan Kabupaten Tegal berada disebelah selatannya, secara geografis mengarah pada Gunung Slamet. Kondisi geografis tersebut berkaitan dengan sumber daya alam sebagai sumber bahan makanan. Geografis Kota Tegal di

pesisir banyak berbagai jenis ikan laut dan bahan makanan bukan ikan (hasil pertanian) banyak diproduksi oleh wilayah pertanian diwilayah selatan dan daerah sekelilingnya melalui perdagangan.

Temuan penelitian yang unik hasil wawancara dan pengamatan, bahwa masakan dari wilayah pesisir menuju kearah selatan (bukan pesisir) memiliki perbedaan bahan dasar dan cara mengolah sehingga kecenderungan citarasa yang berbeda. Berdasarkan uraian tersebut bahwa bahan makanan dan citarasa makanan di Tegal saya golongkan sebagai makanan pesisir dan bukan pesisir, yang bergerak dari Kota Tegal menuju Kabupaten Tegal dan sebaliknya.

Berdasarkan pengamatan makanan yang disajikan di Warung Tegal secara umum dengan bahan makanan pokok nasi dan lauk pauk serta sayur. Cita rasa masakan yang dihasilkan dengan cara mengolah dengan santan atau masakan balado sebagai salah satu ciri khas masakan Tegal. Bahan makanan yang berbeda-beda yaitu telur, ikan kembung, ikan cuek, cumi kering, terong, tongkol, diolah dengan bumbu balado, oseng kangkung, oseng kacang, oseng kulit, oseng jamur, oseng teri dan kacang, oseng usus, oseng tahu kecambah, oseng bihun, jengkol, opor tahu dan ayam, sop kubis, rawon tetelan, gulai tetelan, soto, ayam kecap, urap-urap, gorengan; ayam goreng, tempe mendoan, tahu goreng, ikan, rempeyek udang, lalapan dan sambal, kerupuk, berbagai jenis minuman dan buah pisang.

Cita rasa makanan Warung Tegal pada umumnya dengan variasi masakan balado, oseng-oseng, opor, sop, soto, rawon, gulai, bumbu kecap, urap-urap dan lauk yang digoreng, lalapan, sambal dan minuman. Minuman yang disajikan pada umumnya air putih, teh pahit, teh manis, es teh, kopi tumbuk dan minuman kemasan dari produk insustri, misalnya kopi kapal api, kuku bima, kopi susu, ekstra joss, kuku bima, dan sebagainya. Bahan makanan

kemasan produk industri yang banyak dijumpai yaitu mie instan dengan berbagai cita rasa dengan kemasan plastik dan cup mie.

Berdasarkan uraian tentang kearifan lokal masakan Warung Tegal merupakan masakan khas etnik Jawa Tegal baik yang tinggal dipesisir dan bukan pesisir. Cita rasa masakan etnik Jawa Tegal pesisir menurut hemat saya lebih dominan dengan “masakan balado” dibandingkan yang bukan pesisir, sedangkan bahan makanan menurut hemat saya sebagai gabungan antara bahan makanan yang ada di pesisir dan bukan pesisir.

Beberapa bahan makanan dan cita rasa masakan yang disajikan di Warung Tegal sebagai makanan yang lazim juga pada beberapa etnik lainnya. Masakan semur jengkol lazim bagi etnik Betawi, masakan tumis kangkung, sop kubis, sambal, gorengan, kerupuk, minuman dan buah yang dijual lazim pada etnik Jawa, etnik sunda, etnik bugis, etnik Madura dan etnik lain di Indonesia.

D. Masyarakat Multikultur Jakarta

Jakarta sebagai Ibukota Negara Republik Indonesia, Pusat Pemerintahan, dan Pusat Bisnis memberikan latar bahwa Jakarta sebagai wilayah yang menjadi pusat pengambilan kebijakan negara dan pemerintahan, pusat perputaran lalu lintas uang dan modal, pusat informasi dan sebagainya. Berbagai atribut tentang Jakarta tersebut memberi alasan mengapa Jakarta menjadi orang-orang dari seluruh pelosok Indonesia Sebagai tempat riset memiliki kekhasan dari sisi orang-orang yang tinggal dan menetap di Jakarta.

Seberapa beragam etnik di Jakarta dikemukakan Presiden ke-6 Indonesia Susilo Bambang Yudhoyono : “Indonesia sebagai negara kepulauan dengan 17.000 pulau-simak ulang 17.000 bukan 1.700 pulau, dengan lebih kurang 1128 etnik dengan 754 dialek bahasa. Seperti yang diungkapkan Presiden Republik Indonesia

: ..."kami adalah bangsa dengan 250 juta orang, dari 1.128 etnis, bicara ratusan dialek, tinggal dalam 3 zona waktu dalam negara kepulauan terbesar di dunia dengan 17.000 pulau. Ya, Anda tidak salah dengar, 17.000 pulau.¹

Berdasarkan data Biro Pusat Statistik sensus penduduk 2010 bahwa orang yang merantau ke Jakarta hampir 1 (satu) juta orang per tahun, dan hampir 50% penduduk Jakarta adalah orang yang merantau dan menetap di Jakarta. Lebih lanjut dikemukakan bahwa komposisi penduduk berdasarkan kelompok Etnik dengan jumlah cukup banyak yaitu 36,17 % etnik Jawa, etnik Betawi 28,29%, etnik Sunda 14,61%, etnik Cina 6,62 %, etnik Batak 3,42%, etnik Minangkabau 2,85%, etnik Melayu 0,96%, etnik Madura 0,84%, etnik Sumatra Selatan 0,75%, etnik Bugis 0,71%, etnik Lampung 0,47%.

Pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat Jakarta selaian dipenuhi dari rumah masing-masing, membeli diluar dan dikonsumsi di rumah atau sebagian dengan cara makan diluar rumah. Aktivitas pekerjaan dan berbagai kebutuhan masyarakat diluar rumah bersamaan dengan berbagai kebutuhan fisiologis yaitu makanan, sehingga mendorong tumbuhnya rumah-rumah makan dengan berbagai istilahnya. Rumah makan menjadikan komoditas bahan pangan yang diperdagangkan dengan cara mengolah dan menyajikan menjadi hidangan makanan.

Proses sosial dan budaya membentuk berbagai istilah makan yang dilakukan oleh masyarakat Jakarta. Dalam kehidupan sehari-hariberdasarkan pengamatan “makan” dapat diartikan mengkonsumsi makanan untuk memenuhi kebutuhan

¹ _____, Penduduk, jumlah pulau dan etnik di _____ Indonesia, <<http://www.thecrowdvoice.com/post/destinasi-dan-1128-jumlah-etnis-di-indonesia-7540008.html>> [06/11/15]

kalori untuk beraktivitas sehari hari, “makan” sebagai makanan ringan sebagai teman ngobrol, “makan” sebagai makanan untuk ritual perkawinan, “makan” sebagai ritual kagamaan, “makan” sebagai ritual adat, “makan” sebagai makanan yang tersedia di rumah atau “makanan rumah”, “makan” sebagai aktivitas makan diluar rumah dan sebagainya.

E. Makanan dan Usaha Rumah Makan

Kebutuhan dasar disektor pangan telah membuka peluang usaha dalam memenuhi kebutuhan dasar tersebut yaitu tumbuhnya rumah makan yang memberikan dampak lanjutan bagi tumbuhnya berbagai usaha di Jakarta dan beberapa wilayah penyangga. Usaha dibidang pertanian, transportasi, penyerapan tenaga kerja, dan pemanfaatan sumber daya alam dan sebagainya. Diversifikasi bahan pangan yang diolah sesuai kearifan lokal etnik-etnik yang ada di Jakarta sebagai sumber keberagaman jenis makanan. Jenis bahan makanan dan makanan yang sulit didapatkan disuatu tempat tersedia ditempat lain.

Munculnya rumah atau tempat makan berdasarkan etnik dan daerah, misalnya rumah makan ; Padang, Sunda, Betawi, Jawa, Bali, Bangka Belitung, Madura dan sebagainya. Rumah atau tempat makan berdasarkan tempat asal misalnya Tegal, Surabaya, Solo, Makasar, Bandung, Semarang, Lampung dan sebagainya.

Khamdevi (2014) tersebut bahwa dengan tampilan bangunan fisik yang sederhana namun memiliki ciri-ciri khas “Warna biru” sehingga mudah dikenali oleh konsumen sebagai ciri-ciri Warung Tegal pada umumnya atau beromzet rendah. Target Bisnis Warteg yang dilansir mentoring <https://mentoringbisnis.com> hal 1) dikemukakan sebagai berikut : “Target pasar bisnis ini utamanya adalah orang yang ada di kawasan pemukiman

penduduk, perkantoran, ekolah, dan kos-kosan. Biasanya, segmen bisnis ini adalah kalangan menengah ke bawah karena dikenal dengan warung makan yang murah”.

Spasial Warteg Sederhana; struktur, bentuk, peralatan dan spasial tempat makan warteg, baik bentuk bangunan, warna, asesories, tata letak meja, kursi, tata letak peralatan, letak pelanggan dan pengelola akan menentukan nyaman atau tidak nyaman bagi seseorang (*comfort and non-comfort zones*) dan proses komunikasi pada berbagai situasi komunikasi pada saat makan.

Interaksi yang terjadi ditempat makan antara pembeli dengan pengelola dan antar pelanggan ditentukan spasial dan peralatan (*furniture*) yang digunakan. Peralatan khususnya tempat duduk dan tempat makan yang tetap membuat pelanggan tidak dapat merubah sendiri, maju atau mundur. Spasial tempat makan menentukan jarak antara pengelola dengan pelanggan dan antar pelanggan menentukan ruang antarpribadi yang terjadi pada saat datang, makan dan selesai makan.

Rasa nyaman pelanggan akan membuat pelanggan mau atau tidak makan di Warung Tegal, berlama-lama atau seperlunya saja makan dan segera selesai makan. Rasa nyaman ini sangat personal atau sebagai pandangan subyektif-sebagai gambaran kesadaran seseorang secara keseluruhan ia sebagai yang seperti apa atau siapa. Kesadaran sebagai apa dan siapa ini yang memungkinkan identitas personal dan rasa nyaman sebagai sesuatu yang dapat berubah.

Secara fisik bangun arsitektur dan setting spasial tempat usaha Warung Tegal pada prinsipnya menyesuaikan dengan bentuk dasar bangunan yang sudah ada. Penyesusian dengan bentuk dasar ini karena hampir semua Warung Tegal bangunan tempat usaha ini menyewa pada pemilik. Bentuk bangunan apakah berada diantara bangunan lainnya misalnya

sederetan tempat usaha yang berada pada satu lokasi, diantara rumah penduduk atau menempati tempat terpisah dengan bangunan lainnya.

Rumah makan Warteg lazimnya berada ditepi jalan, baik jalan besar, sedang bahkan di gang-gang yang pada prinsipnya dekat dengan jalannya orang, atau tempat lalu lalang orang. Pilihan yang banyak tempat warteg asal dijalan yang dapat dilewati mobil dan motor sudah baik, tidak harus jalan raya yang besar. Prinsip inilah nampaknya yang membuat warteg tersebar diberbagai sudut metropolitan Jakarta, bahkan dekat dengan tempat-tempat makan yang besar dan modern.

Bentuk dasar bangunan Warung Tegal berbentuk persegi panjang dengan luas tanah 12 – 24 M² atau lebar dan panjang sekitar 3-4 meter x 4 - 6 meter. Pemanfaatan ruang lazimnya dibagi tiga, yaitu bagian depan, tengah dan belakang. Bagian Depan biasanya ada teras dengan tempat duduk dan parkir motor yang berhimpitan dengan jalan raya atau jalannya orang. Ruang teras ini bervariasi antara 1 – 1,5 meter minimal dapat untuk duduk-duduk dan sekaligus tempat parkir sepeda atau sepeda motor. Panjang bangunan beberapa tidak terpaut banyak, sehingga dari jauh kesannya persegi, seperti ukuran 3 x 4 meter. . Bentuk teras dan lebarnya lazimnya sama dengan bentuk depan dari Warteg. Namun beberapa warteg yang berada di pojok perempatan jalan dapat memiliki teras selain didepan juga disisi kanan atau kiri bangunan.

Ruang usaha Warung Tegal 12 – 24 M² tidak selamanya berbentuk persegi panjang dan simetri, tetapi dapat pula berbentuk bujur sangkar, persegi empat tidak beraturan (sisi kanan dan kiri tidak sama panjang), berbentuk trapesium dengan belakang lebih lebar dari bagian depan, menyesuaikan dengan bentuk atau sisa tanah yang ada. Warteg sederhana ini yang paling banyak diantara warung atau

toko, diantara rumah-rumah penduduk, disudut-sudut tempat, dan pemukiman sebagai sisi belakang perkantoran. Saya katakan ruang sempit serbaguna karena dapat digunakan untuk tempat tidur, menyimpan bahan makanan, tempat cuci piring, tempat memasak, dan keperluan lainnya.

Spasial Warteg Rumah Petak, spasial model bangunan Warteg yang lebih besar dari warteg sederhana saya kategorikan sebagai tipikasi atau model rumah petak. Bentuk rumah petak ini lebih luas dari model sederhana, yaitu dengan luas antara 30 – 45 meter persegi atau lebar dan panjang lazimnya sekitar 3 meter x 10 -15 meter. Pemanfaatan atau pembagian ruangan terdiri dari 4 ruang, yaitu ruang depan untuk teras, ruang usaha, ruang tengah untuk tidur, dan ruang belakang untuk ruang serbaguna untuk memasak dan kamar mandi.

Berdasarkan kepemilikan dapat 2 – 5 bangunan model rumah petak ditepi jalan yang disewakan oleh pemilik. Pemilik tempat ini sebagian besar orang-orang Betawi yang dahulu tanahnya luas atau pendatang yang sudah lama di Jakarta dan memiliki modal tempat usaha yang disewakan, dan sebagian kecil tempat usaha dimiliki sendiri oleh pemilik Warung Tegal.

Luas pemanfaatan ruang (teras, ruang depan untuk usaha, kamar dan bagian belakang) tersebut dapat berbeda, namun ruang usaha lazimnya paling luas. Sedangkan tata letak ruang belakang dari sisi tata letak misalnya kamar, dapur dan kamar mandi dapat bervariasi, baik disebelah kiri atau kanan. Lazimnya ruang belakang ini lebih sempit dibandingkan dengan ruang usaha. Pemanfaatan ruang belakang ini paling rumit, baik dari sisi tata letak vertikal dan horizontal.

Ruang yang terbatas dapat dimanfaatkan untuk memasak, menaruh bahan makanan, alat masak, alat cuci, tempat sampah dan sebagainya. Jika ada meja dibawah meja dapat untuk tempat

beras, meja untuk peralatan dan ditembok bisa untuk menaruh peralatan.

Tipikasi Warteg lazimnya semakin luas tempat usaha (etalase makanan, tempat makanan tempat memasak), lazimnya diikuti oleh jumlah pengelola. Jika pada tipikasi warteg sederhana 2 – 3 orang, pada warteg rumah petak ini dapat 3 – 5 orang pengelola. Kemungkinan lain tipikasi rumah warteg seperti ini jika pengelola tidak banyak sekaligus digunakan sebagai rumah keluarga inti pengelola. Suami istri dan anak lazim diajak merantau mengelola Warung Tegal. Apabila kelompok pengelolaan Warung Tegal secara bergantian, lazimnya dilakukan oleh keluarga muda dengan satu atau dua anak yang masuk kecil.

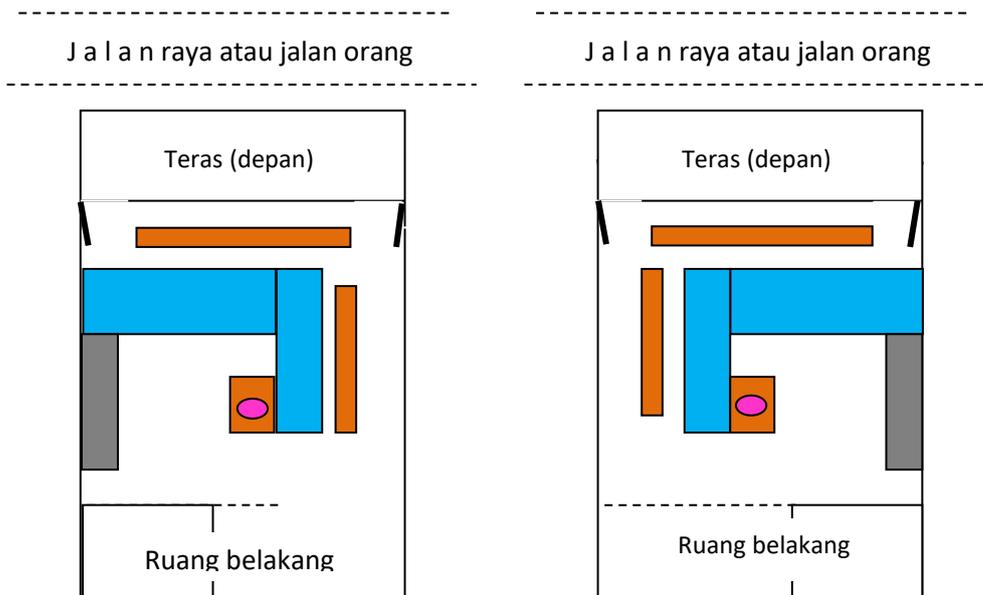
Bangunan dengan tembok, dengan atap bangunan terdiri genteng atau asbes, dengan struktur yang tidak terlalu tinggi sekitar 2,75 – 3 meter, dengan genteng biasa atau asbes. Warteg pada umumnya sudah menggunakan plafon triplek atau asbes. Beberapa warteg yang menempati tempat sempit, dengan bangunan keliling menggunakan triplek, biasanya tidak ada

plafon sebagai warteg yang menempati tempat-tempat tidak permanen. Warteg jenis ini masih banyak ditemukan di beberapa tempat proyek bangunan atau gang-gang yang padat penduduk.

Lampu pada warteg sederhana dan warteg model rumah petak biasanya lampu TL biasa yang penting terang yang dipadu dengan cat tembok putih kebanyakan. Pada saat siang hari setting tempat tidak menggunakan lampu atau mengandalkan cahaya matahari. Sore hari, malam atau pada saat hujan lampu ini dinyalakan. Warteg tradisional ini tidak ditemui lampu yang temaram dan cat ruangan berwarna pastel. Warna putih, kuning muda, atau biru muda banyak digunakan untuk membangun suasana makan.

umentasi peneliti

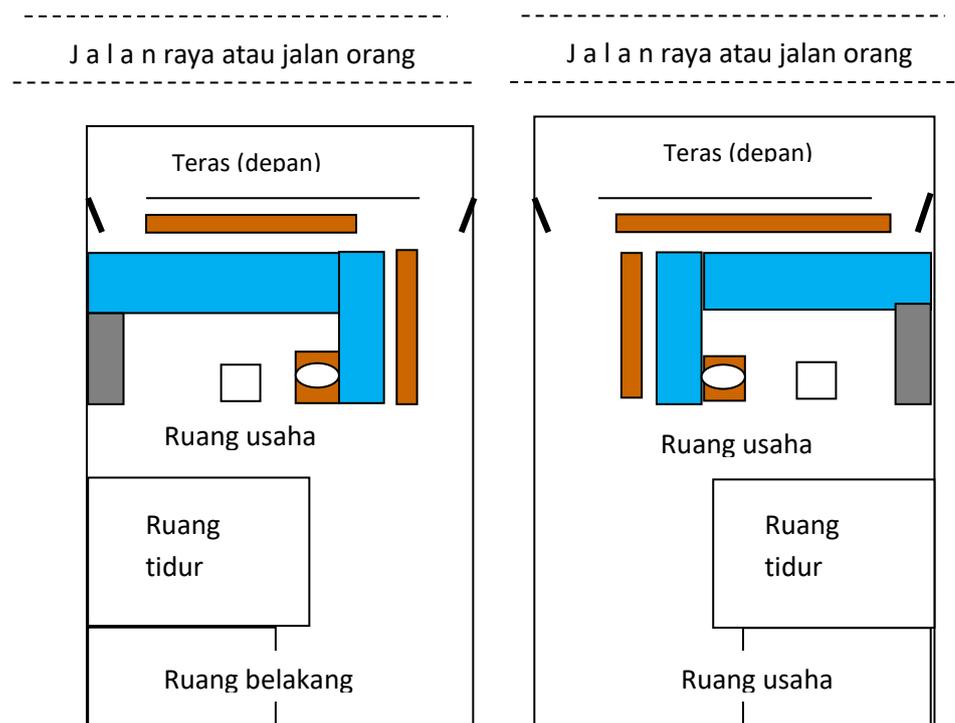
Berdasarkan hasil pengamatan situasi komunikasi berdasarkan karakteristik bangunan dan pemanfaatan spasial warteg yang saya sajikan diatas, tipikasinya saya kategorikan sebagai “model sederhana” yang saya ilustrasikan sebagai berikut :



Gambar 2. Sketsa peneliti Spasial Warteg Model Sederhana

Situasi komunikasi, peristiwa komunikasi dan tindakan komunikasi pada karakteristik spasial yang lebih luas tidak saja menempatkan secara spasial pengelola dan pelanggan tetapi juga jumlah orang-orang yang makan, dan dimensi waktu pelayanan. Ruang yang lebih luas bagi pengelola memungkinkan ruang

gerak yang lebih leluasa dalam melayani pelanggan. Karakteristik bangunan dan pemanfaatan spasial Warung Tegel yang lebih luas dari model sederhana tersebut seperti yang saya sajikan diatas, tipikasinya saya kategorikan sebagai “model rumah petak” ini saya ilustrasikan sebagai berikut :



Gambar 3. Sketsa peneliti Warteg Model Rumah Petak

Pemanfaatan tempat usaha, baik bentuk maupun tata letak dapat disesuaikan dengan kebutuhan jenis usaha. Bentuk bangunan maupun tata letak tersebut dapat berubah setting tempatnya sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing, perubahan bentuk bangunan pokok dinegosiasikan dengan pemilik tentunya. Perubahan pokok bangunan dan adanya kurang rapihan misalnya tembok yang lobang-lobang bekas paku, bekas sekatan, perubahan warna dan sebagainya biasanya dibebankan pada penyewa. Misalnya toko kelontong, bengkel motor,

tempat jual buah-buahan, usaha jahitan dan sebagainya termasuk untuk jenis usaha rumah makan.

Bagian depan warteg dahulu sebagian besar warnanya biru laut, namun beberapa warteg tidak menggunakan warna biru laut. Warteg dengan warna depan putih, coklat muda, kombinasi biru laut dan kuning , kombinasi hijau dan kuning tetapi tetap menuliskan identitasnya dengan kata “warteg”. Warteg dengan warna kombinasi hijau dan kuning sebagai kelompok usaha (*franchise*) Warteg Kharisma Bahari (WKB) yang berjumlah

ratusan dan usaha mandiri semakin banyak bertebaran di Jakarta.

Warna biru laut sebagai gambaran identitas sebagai masyarakat pesisir laut yang diwujudkan pada tradisi tampilan depan warteg, masih ada yang tetap mempertahankan dan ada pula yang merubahnya. Warna biru laut saya sebut sebagai warteg generasi pertama, para orang tua atau saudara pengelola warteg sekarang ini.

Warna Kombinasi biru laut dan kuning atau kombinasi Kuning dan hijau daun saya sebut sebagai tampilan warteg generasi kedua. Perubahan ini bukanya tidak beralasan, pemilik warteg menginginkan adanya perubahan kesan warteg sebelumnya dengan kesan lebih bersih sebagai penekanan pada wartegnya, seperti yang dikemukakan Bapak Yudhi ketua Franchise "WKB" Warteg Kharisma Bahari dan Bu Warti pengelola Warteg Kharisma Bahari di Joglo Jakarta Barat.

Warna-warna selain biru laut menandakan pemilik warteg yang semakin bervariasi tidak hanya masyarakat yang ada dipesisir Kota Tegal, tetapi juga masyarakat yang tinggal agak jauh ke arah selatan yang bukan pesisir yaitu Kabupaten Tegal. Pilihan warna hijau dan kuning lebih dekat dengan warna pohon, warna sawah dan warna bunga sebagai gambaran orang-orang yang tinggal di desa-desa Kabupaten Tegal. Selain hal tersebut model Franchise ini memungkinkan pemilik warteg yang semakin terbuka bagi siapa saja, karena nama warteg lebih sebagai identitas rumah makanan khas Tegal di Jakarta daripada milik perseorangan.

Warteg model sederhana dan warteg model rumah petak lazimnya memiliki tempat parkir yang hanya cukup untuk tempat parkir sepeda motor. Tempat parkir biasanya berhimpitan dengan teras depan antara 1 – 1,5 meter. Jika menggunakan mobil sebesar minibus masih dapat parkir dengan menggunakan sebagian badan jalan. Untuk kendaraan

yang lebih besar seperti bus atau truk biasanya diparkir yang tidak jauh dari tempat makan warteg ini.

Tempat makan warteg lazimnya memiliki dua pintu kanan kiri, dengan daun pintu yang saat dibuka mengarah kedalam. Diantara kusen pintu dibagi dua bagian, yaitu bagian bawah dengan tembok atau triplek dan bagian atas dengan kaca tembus pandang. Kaca tembus pandang ini lazimnya digunakan untuk tulisan nama warteg dan menu andalan yang ditulis dengan sckotlet atau cat minyak.

Teras depan yang relatif sempit ini ada yang menyediakan ada yang tidak menyediakan "*dingklik panjang*" atau "*lincak panjang*" (pen: tempat duduk panjang dari bambu). "*Lincak*" ini lebih lebar dari "*dingklik*" yang diletakkan rapat dengan dinding depan warteg. "*Lincak*" ini biasanya digunakan untuk menunggu masuk warteg jika penuh pembeli atau bersantai sebentar setelah makan.

Model dan pemanfaatan "*lincak*" sebagai tempat duduk santai ini baik bentuk dan pemanfaatannya sama dengan kebiasaan atau tradisi orang-orang Jawa di pedesaan pada umumnya. Bentuk tradisionalnya semuanya dari bambu, namun di Jakarta ada juga yang mengantikannya dengan papan kayu.

"*Dingklik panjang*" (Kursi panjang) dari papan kayu dengan empat kaki sebagai ciri khas kursi yang dipakai di warteg sederhana ini. "*Dingklik*" ini sebagai kursi panjang yang sederhana sebagai kursi tradisional pada masyarakat Jawa. Kursi ini lumayan fungsional karena orang dapat duduk berderet dan sering berhimpitan pada saat makan.

Kursi panjang ini lazimnya dua buah yang diletakan menghadap dua buah meja yang disusun berbentuk "L atau U" terbalik. Meja panjang berbentuk "L atau U" terbalik yang di atasnya diletakkan etalase kaca tembus pandang dua tingkat yang disisakan antara 50 – 60 cm untuk tempat makan. Etalase dua tingkat ini

jumlahnya 2 – 3 buah yang disusun mengikuti bentuk meja. Etalase panjang diletakkan menghadap keluar, sehingga nampak dari kursi depan menu sayur dan lauk pauk.

Pemanfaatan etalase panjang bagian bawah untuk sayur atau sayur yang berkuah atau sayur dengan bumbu, sedangkan bagian atas untuk lauk pauk atau lauk kering. Etalase dua tingkat diatas meja yang lebih pendek lazimnya satu buah yang diletakkan disebelah kanan atau kiri meja, sedangkan diatas etalase sering digunakan untuk meletakkan pisang, gorengan atau tisu.

Etalase kecil disebelah kanan atau kiri lazimnya untuk tempat kerupuk, bahan makanan seperti mie, gula, tepung, kopi sachet, telur dan sebagainya. Bagian bawah kalau tidak untuk bahan makanan digunakan untuk masakan soto atau kelengkapan makan.

Meja kecil disebelah kanan atau kiri lazimnya diletakkan tempat nasi “*Magic Com*”, piring, sendok, gelas, serbet makan, dan alat makan lainnya. Penggunaan produk budaya modern “*Magic Com*” ada pada semua warteg, walaupun sewaktu memasaknya menggunakan tempat lain. Kursi kecil biasanya ada minimal satu untuk penunggu atau yang sedang melayani makan, sedangkan pengelola yang lain lazimnya duduk didalam dan jika lalu lalang biasanya membantu melayani membuat minuman pembeli. Peletakan kursi ini lazimnya ditengah tempat pelayanan makanan, sehingga dapat melihat dan mendengar pelanggan jika pesan makanan dan minuman, menambah makanan atau pada saat membayar.

Pengelola yang melayani minimal dua orang, jika warteg lebih besar dengan 3 – 4 orang biasanya tetap ada satu orang yang melayani minuman, satu orang memasak dan dua orang melayani pembeli. Pembagian tugas ini tidak tegas selamanya begitu, artinya yang melayani makan dapat juga melayani minuman, tetapi yang

khusus melayani minum lazimnya tidak melayani pelanggan yang makan. Hal ini berdasarkan pengamatan bahwa yang melayani minuman biasanya tidak menguasai harga makanan.

Berdasarkan pengamatan, pakaian pengelola warteg tipe ini yaitu pakaian keseharian, dengan asesoris seperlunya. Pakaian laki-laki celana dan baju atau kaos dengan sandal jepit, dan tidak menggunakan asesoris apa-apa. Kopiah ada yang digunakan oleh pengelola laki-laki yang paruh baya atau tua. Pengelola laki-laki yang masih muda ada yang menggunakan tali gelang seperti yang banyak dijumpai di Jogjakarta atau Bandung, menindik telinga dan diberi kancing baju. Pakaian yang digunakan motif kontemporer, walaupun beberapa (biasanya pengelola sekaligus pemilik) menggunakan batik Tegal atau Pekalongan.

Pakaian pengelola wanita menggunakan celana, rok, kulot dengan pakaian baju atau kaos. Beberapa pelayan wanita menggunakan hijab dan asesoris yang sering digunakan yaitu perhiasan emas atau dari imitasi, dan *Make up* yang digunakan make up dasar seperlunya. Pengelola yang sekaligus pemilik dari penampilan dapat dikenali dengan pakaian yang lebih bagus dan rapi.

Peralatan pelayanan yang sering digunakan laki-laki atau perempuan yang mengelola yaitu penggunaan serbet makan kotak-kotak yang disampirkan dibahu. Serbet ini jika tidak disampirkan dibahu diletakkan diatas tumpukan piring makanan.

Pakaian dan asesoris ini seperlunya ini untuk memudahkan pergerakan dalam melayani, mulai mengambil peralatan makan, mengambil makanan dan membuat minuman. Pergerakan dalam mengantar makanan atau mengambil piring dan gelas kotor biasanya dilakukan dengan cepat.

Seperti yang dikemukakan Mbak Eni WKB : “..pakaian pelayan ya seperti itu...pakaian keseharian saja, asal bersih

dan mudah untuk melayani”. Pelanggan itu kan lapar, jadi butuhnya bisa segera makan dan dilayani dengan cepat...”

Warteg sederhana dan warteg rumah petak ini yang paling banyak atau saya sebut sebagai model warteg tradisional. Saya katakan tradisional, karena model ini yang banyak diadopsi oleh pengelola warteg dan dikenali oleh masyarakat Jakarta. Warteg tradisional karena sudah mentradisi bagi pengelola dan masyarakat luas. Ciri-ciri khas bangunan, menu masakan Tegal, makanan rumahan, murah, cepat dan berbagai atribut yang dipertahankan oleh pemilik dan dikenali masyarakat Jakarta.

Spasial Warteg Modern, pilihan tempat makan di Jakarta banyak sekali, apakah makanan dari bangsa lain, *fast food*, makanan etnik, makanan nusantara atau tempat makanan berdasarkan jenis makanan tertentu. Persaingan ini yang mendorong pemilik untuk merubah konsep warteg yang modern. Konsep warteg modern ini dengan tetap mempertahankan beberapa ciri khas warteg dengan kemasan gaya tampilan dan peralatan modern. Beberapa ciri warteg modern dari sisi luas bangunan, bentuk, warna, pemanfaatan ruang, tata letak peralatan, peralatan yang digunakan dan asesoris yang digunakan dan sebagainya.

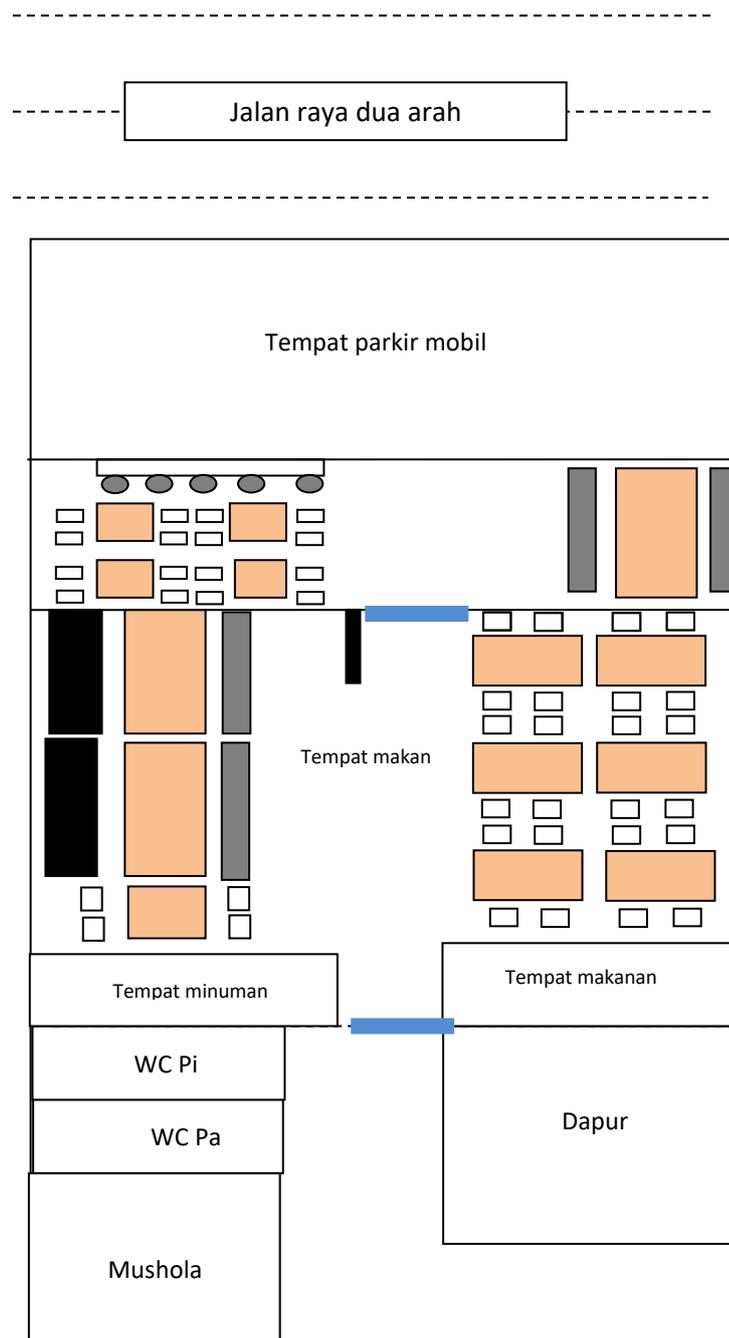
Warteg modern atau yang menyebutkan sebagai warteg modern yaitu Di Warteg dan Warteg Hitz . Warteg “ Di warteg” sudah ada terlebih dahulu sekitar tahun 2014 dan Warteg Hitz sekitar tahun 2017. Penyebutan identitas warteg modern tersebut tidak saja diinisiasi oleh pemilik, tetapi media-media konvensional dan

media online pada akhirnya menyebutnya begitu.

Ulasan di Kompas tentang Warteg “*Evolusi Sepetak Warteg*”, Minggu 16 September 2018 hal 17. Pemilik Warteg Hitz Bapak Andri Yudha (40 tahun) yang membuat warteg yang lebih mirip kafe daripada warteg konvensional. Penggunaan alat dapur ala hotel berbintang, desain interior yang *coxy*, bergaya minimalis, lengkap dengan meja, kursi, sofa, lampu gantung, mural, sambungan internet nirkabel, dan lantunan lagu yang lembut. Lebih lanjut dikemukakan Kompas, bahwa warteg modern “Di Warteg” yang dikelola Bapak Herman Tri Handono dan Ibu Muthia tetap mengusung prinsip rumah makan rumahan yang murah. Modernisasi dilakukan pada interior dan konsep bangunan warungnya. Konsep makanan keduanya yaitu makanan nusantara.

Media-media online pada 25 Oktober 2018 pukul 10.00 WIB, penelusuran dengan kata kunci warteg ada Sekitar 1.800.000 hasil, Warteg Hitz diperoleh hasil 19.800 hasil, dan Di Warteg kemang sekitar Sekitar 19.800 hasil penelusuran google. Media *online Tribun.com, Kompas.com, Detik.Com, Zomato.com, pengkuliner.com* serta sosial media dan sebagainya.

Warteg Hitz yang terletak di Jl. Karang Tengah Raya No. 11A, Lebak Bulus, Jakarta Selatan menempati satu rumah sekitar 150 meter persegi dengan lahan parkir yang lumayan luas cukup untuk parkir 6 mobil minibus, terletak di jalan raya dua arah yang lebar. Gambaran situasi warteg Hitz saya ilustrasikan sebagai berikut :



Gambar 4. Sketsa peneliti Warteg Modern

F. Efek makanan Etnik

Identitas etnik dalam konteks makan, bahwa seseorang dari suatu etnik tertentu atau daerah tertentu masih memiliki keinginan memenuhi kebutuhan makan sesuai dengan masakan etnik atau asal mereka. Berbagai cara suatu etnik memenuhi kebutuhan makannya, kecocokan antara masakan dan tempat

tinggal atau kelompok etnik sebagai rujukan sebagian nara sumber. Misalnya: orang Jogja akan mencari masakan Jogja, orang Sunda akan makan masakan sunda, orang Padang akan mencari masakan Padang dan sebagainya. Makan masakan etnik lain atau dari bangsa lain mulai dari coba-coba atau diajak teman dan sebagainya yang menambah pengetahuan

atau perbendaharaan jenis makanan dan rasa makanan yang diketahui.

Jakarta sebagai masyarakat multikultur dengan orang-orang yang tinggal atau sekedar singgah dari berbagai etnik yang dihadapkan pada makanan pokok dengan berbagai masakan etnik yang jenisnya tentunya lebih banyak dari jenis etnik memberi peluang untuk makan makanan lintas etnik.

Usaha gastronomi lazimnya memiliki spesialisasi atau kekhasan jenis makanan yang disajikan pada konsumen. Berdasarkan kekhasan jenis masakan dan cara penyajian tersebut muncul berbagai istilah tempat makan yang paling umum di Jakarta yaitu disebut rumah makan, warung, atau restoran. Bentuk lain yaitu *bistro, cafe, resto, kedai, food court, urban food court* dan sebagainya. Pilihan - pilihan tempat makan di Jakarta baik makanan dari bangsa lain, misalnya masakan Jepang, China, India, Arab, Turki, Jerman, Prancis dan sebagainya serta *fast food* lokal dan internasional.

Saya mencoba klasifikasi walaupun belum tentu memuaskan jawaban beberapa kategori yang ada. Makanan dengan citarasa dan cara penyajian makanan berdasarkan asalnya yaitu masakan dari suatu bangsa bangsa (negara), berdasarkan etnik, kelompok etnik (masakan nusantara), makanan berdasarkan daerah asal, dan produk budaya populer usaha multinasional maupun nasional.

Makanan dari negara lain dapat sebagai makanan dengan citarasa dan cara penyajian makanan khas suatu bangsa karena globalisasi, produk budaya populer, maupun glocalisasi. Makanan seperti KFC, CFC termasuk makanan Korea karena demam budaya Korea dengan K-pop atau K-Pop tentu kenal Daebak Fan Cafe di Kelapa Gading atau Depok dll, sehingga makanan seperti *Tteokbokki, Topokki, Jajangmyeon, mie samyang*. Makanan masakan Jepang kalau ke daerah

masakan *sushi, onigiri, dorayaki, takoyaki, ramen* dan sebagainya banyak dikenali oleh nara sumber penelitian ini.

Selain makanan dengan citarasa dan cara penyajian dari bangsa lain, globalisasi dan glocalisasi makanan-makanan khas suatu suku, etnik atau sub etnik misalnya makanan etnik Betawi, Padang, Jawa, Jawa- Tegal, Sunda, Makasar, Bali, Batak, Madura dan sebagainya menjadi bagian dari keseharian sebagian besar masyarakat yang ada di Jakarta. Makanan berdasarkan etnik ini selain yang masih mempertahankan kekhasan etniknya menurut pengamatan saya adanya masakan nusantara. Keterikatan etnik dengan masakan semakin longgar, artinya etnik pemilik dan masakan yang lazimnya khas pada etnik tertentu dipadukan dengan masakan khas etnik lain pada satu rumah makan.

Selain makanan khas etnik, makanan berdasarkan jenis makanan daerah asal tertentu banyak bertebaran di beberapa sudut kota Jakarta, misalnya soto Solo, bakwan Malang, Coto Makasar, sate Madura, Bubur ayam Bandung, Pecel lele Lamongan dan sebagainya.

Khusus makanan khas Tegal (makanan dan minuman) yang disajikan di warung-warung Tegal yang saya himpun berdasarkan pengamatan pada warteg-warteg sebagai obyek penelitian dan wawancara dengan nara sumber pengelola Warung Tegal. Observasi dan wawancara ini saya lakukan secara simultan, artinya pada saat melihat makanan saya tanyakan pada pengelola jika saya secara pasti menyebutkan itu makanan apa,

Makanan yang sudah dapat saya pastikan, misalnya; tempe goreng, tahu goreng, pisang, nasi putih dan sebagainya tidak saya tanyakan. Makanan yang peneliti tidak tahu atau ragu-ragu saya observasi sambil saya tanyakan. Pengalihan data ini saya lakukan secara *snowball* yaitu dari warteg yang saya tetapkan sebagai obyek penelitian daftar makanan dan minuman saya kumpulkan dan saya

golongkan berdasarkan keunikan, persamaan, dan perbedaan. Bahan makanan yang sama, dapat diolah dengan berbagai jenis masakan, kaitannya dengan proses komunikasi tentunya berkaitan dengan isi komunikasi tentang apa yang dipekan, kejelasan pemesanan, gangguan pemesanan dan pelayanan yang dilakukan.

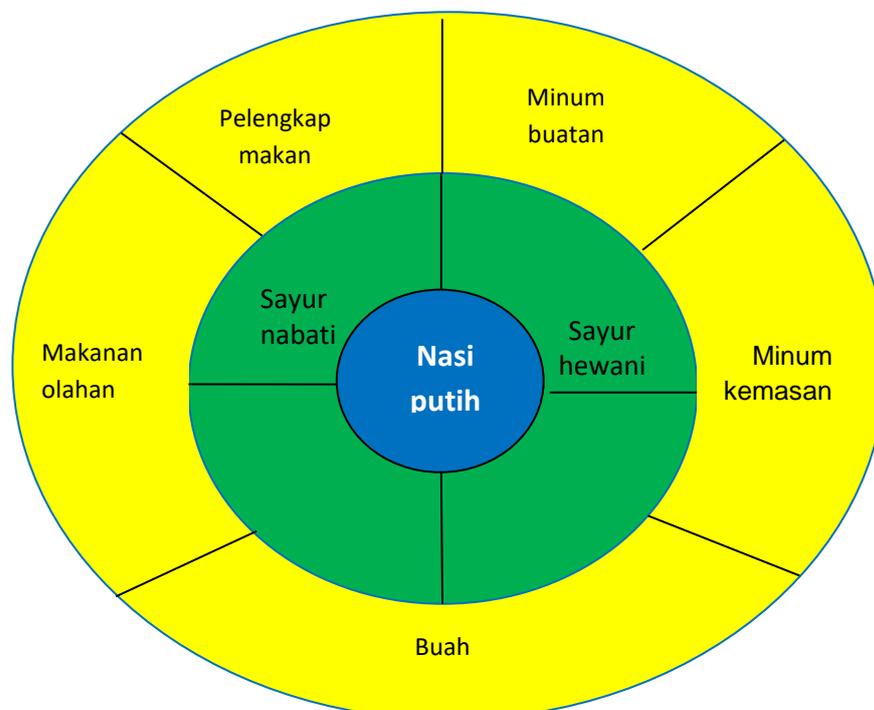
Berbagai jenis makanan dan minuman yang disajikan di warteg sederhana, warteg rumah petak, warteg 24 jam dan modern saya sajikan berikut ini :

- a) Makanan pokok : nasi putih
- b) Sayur : tumis usus ayam, soto ayam tegal, opor ayam, oseng pare tempe, oseng kacang panjang tempe, saur bayam, tumis kerang, telur balado, telur goreng, sop, telur dadar, telur ceplok kuah, sambal goreng kentang, perkedel telur, terong balado, tumis kikil (kulit), sayur daun singkong, mie goreng, semur jengkol, balado terong, sayur tahu kuah santan, oseng bihun, oseng daun pepaya, oseng tauge, oseng cumi, gulai, sayur asem, tumis sawi putih, oseng udang, sayur tongkol, urap-urap, sayur gori, saur

ampela, soto babat, sop iga, sayur tempe dan pruduk industri mie instan.

- c) Lauk pauk : tempe orek, gorengan mirong (udang), tempe goreng, ayam goreng, ayam kecap, ayam, ikan kembung, ikan tongkol, ikan cuek, teri kacang, sate hati ampela, bakwan, sate usus, lele goreng, mujair goreng dan sebagainya.
- d) Pelengkap : kerupuk, lalap mentimun, sambal, dan cabai.
- e) Minuman: air putih, teh tawar, es teh, teh manis, nutrisari, milo, susu, Kopi (kopi kapal api, kopi putih, kopi abc dsb).
- f) Buah : pisang

Berdasarkan keunikan (ciri khas), persamaan dan perbedaan jenis makanan, cara mengolah dan menyajikan pada Warung Tegal ini saya kategorikan sebagai berikut :



Gambar 5 . Tipikasi Makanan dan Minuman di Warteg

G. Budaya Global dan Makanan Etnik

Persaingan antar rumah makan mendorong pemilik untuk merubah konsep warteg yang modern. Konsep warteg modern ini dengan tetap mempertahankan beberapa ciri khas warteg dengan kemasan gaya tampilan dan peralatan modern. Beberapa ciri warteg modern dari sisi luas bangunan, bentuk, warna, pemanfaatan ruang, tata letak peralatan, peralatan yang digunakan dan asesoris yang digunakan dan sebagainya.

Konsep usaha Warteg tetap dipertahankan pada rasa makanan, penyajian dan cara pemesanan dengan melihat makanan dan menunjuk menu makanan yang dipesan. Pemesanan dengan menggunakan daftar menu juga disediakan seperti rumah makan modern.

Kesan modern dilakukan untuk membuat pelanggan aman dan nyaman pada saat makan sendiri atau berkelompok. Pengaruh budaya global dilakukan dengan ruangan berpendingin udara dan ruang terbuka di teras dengan kelengkapan merokok, tempat duduk untuk seorang, beberapa orang bahkan orang banyak disediakan. Kursi panjang ala warteg konvensional tetap ada, tetapi bahannya dengan rangka besi dan dipulitur. Internet dan listrik disediakan bagi yang membutuhkan, khususnya anak-anak muda dan orang kantoran.

Spasial ruangan yang tertutup dan sudah menggunakan pendingin udara, lampu hias dari kayu yang dikemas eksotis yang digantung memanjang diatap dengan jarak mengikuti lebar ruangan. Mural, asesoris etnik, peralatan khas etnik dipadukan sedemikian rupa, dengan pilihan warna yang lebih gelap untuk membuat kesan eksotis dan kesan nyaman bagi pelanggan.

H. Simpulan

Makanan etnik pada masyarakat multikultur di Jakarta sebagai makanan etnik khas suatu daerah yang dijadikan komunitas usaha rumah makan. Makanan etnik ini bersaing dengan makanan etnik pada rumah makan lain, makanan global, makanan glokalisasi, makanan kontemporer berupa produk industri makanan, dan makanan jenis makanan tertentu (makanan spesifik) dari kota.

Jenis makanan dan rasa makanan khas etnik saling diserab pada usaha rumah makan, sehingga pada masakan khas etnik ada masakan khas etnik lain. Disamping rumah makan etnik masih ada, rumah makan dengan cita rasa multietnik pada satu rumah makan dengan munculnya makanan nasional yang dikemas dengan konsep usaha rumah makan etnik tertentu.

Kearifan local makanan pesisir dan bukan pesisir Etnik Jawa Tegal sebagai modal budaya untuk usaha gastronomi "Warung Tegal di Jakarta. Makanan khas etnik Jawa Tegal pada Warteg tetap mempertahankan cita rasa, cara penyajian dan cara pelayanan dalam tiga bentuk, yaitu Warteg sederhana, warteg 24 jam dan Warteg Modern.

Makanan suatu budaya *Kittler and Kathryn (2012)* dapat dikelompokkan yaitu : makanan pokok (*core foods*). Makanan pokok di warteg yaitu nasi putih, sedangkan makanan pilihan lain (*secondary foods*) pengganti nasi adalah mie instan. Peluang lain yang sama-sama nasi yaitu nasi udak Betawi atau nasi gurih Jawa. Makanan pelengkap (*Complementary foods*) pendamping makanan pokok yaitu sayur dan lauk pauk.

Makanan pendamping makanan pokok ini selalu ada pada setiap makan di warteg, atau singkatnya makanan pokok tanpa makanan pelengkap dapat dikatakan tidak makan di warteg. Sedangkan makanan makanan periferi (*peripheral*

foods) yaitu makanan pelengkap sayur dan lauk seperti kerupuk, sambal, lalapan mentimun dan sebagainya. Makanan periferan ini ada yang sebagai bagian makanan pelengkap tetapi juga dapat berdiri sendiri, sehingga jika tidak ada tidak apa-apa.

Adaptasi budaya dilakukan dengan tetap mempertahankan cita rasa masakan Tegal dengan menurunkan gradasi rasa makanan yang memiliki spektrum rasa yang memungkinkan diterima masyarakat dari berbagai etnik di Jakarta yang dipadu dengan beberapa serapan makanan dari etnik lain.

t/destinasi-dan-1128-jumlah-etnis-di-indonesia-7540008.html > [06/11/15]

_____,
<https://mentoringbisnis.com>, Target
Bisnis Warteg “mentoring bisnis “

DAFTAR RUJUKAN

Tri Atmodjo, Juwono, Etnografi Komunikasi Pengelola “Warung Tegal” Dalam Menjalani Relasi Dengan Pelanggan Di Jakarta, Disertasi Program Doktor, Fikom, UNPAD, 2019

Khamdevi, Muhammar dan Iqbal Rasyid Nasution, 2014, Studi Karakteristik Arsitektur Khas Pada Warung Tegal Di JABODETABEK, Jurnal Arsitektur Universitas Bandar Lampung, Juni 2014, yang diunduh dari
http://www.academia.edu/7796146/Studi_Karakteristik_Arsitektur_Khas_Pada_Warung_Tegal_Di_JABODETABEK

Kittler, Pamela Goyan, Kathryn P. Sucher, 2012, Marcia Nahikian Nelms, *Food and Culture*, Sixth edition, Wadsworth, Cengage Learning, Belmont, CA 94002-3098, USA

_____, Penduduk, jumlah pulau dan etnik di Indonesia,
<<http://www.thecrowdvoice.com/pos>