

2. IDENTIFIKASI DATA

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Teori Logo

Pengertian logo bagi David E. Carter merupakan suatu identitas suatu perusahaan dalam bentuk visual yang diaplikasikan dalam berbagai sarana fasilitas dan kegiatan perusahaan sebagai bentuk komunikasi visual. Logo dapat juga disebut simbol, tanda gambar, merek dagang (*trademark*) yang berfungsi sebagai lambang identitas diri dari suatu badan usaha dan tanda pengenal yang merupakan ciri khas perusahaan.(130)

Tujuan dari logo :

- Ciri khas dan identitas agar mudah dikenal oleh publik.
- Karakter perusahaan di mata publik.
- Menginformasikan jenis usaha untuk membangun image.
- Merefleksikan semangat dan cita-cita perusahaan.

Fungsi dari Logo

- Sebagai identitas perusahaan.
- Sebagai simbol citra perusahaan.
- Sebagai simbol kualitas perusahaan.
- Sebagai simbol kredibilitas perusahaan.
- Sebagai bonafiditas perusahaan.

Pembagian logo menurut David E.Carter (132)yaitu:

- *Product Oriented mark* : Logo yang berorientasi pada produk dan apa saja yang disajikan tertuang pada logo tersebut
- *The abstract* : Logo yang tidak menempatkan nama perusahaan atau produk sebagai bagian dari logo.
- *The name and design together* : Logo yang menempatkan nama perusahaan atau produk sebagai bagian dari logo.
- *The name alone* : Logo merupakan huruf, tulisan tangan dan bentuk grafis yang tidak ruwet.
- *The Initial* : Logo merupakan initial dari nama perusahaan.

- *The initial and design together* : Logo yang menggunakan initial dari nama perusahaan sebagai bagian dari logo.

Aspek dari logo yaitu :

- Aspek kedalam : Merupakan kebanggaan diri (*Prestige*) perusahaan.
- Aspek ke luar : Merupakan identitas dari perusahaan.

Logo adalah alat untuk mencapai tujuan, logo bukanlah tujuan. Dalam membuat suatu logo harus memperhatikan susunan yang baik, dimana adanya keseimbangan dan proporsi sehingga memiliki arti dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Dapat dikatakan bahwa logo itu memiliki sebuah nilai yang mengandung maksud dan makna dari logo sehingga dapat memperkuat logo itu sendiri.

Sebuah logo tidak dapat lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya seperti garis, bentuk, warna, ruang, tipografi, dan lain lain. Seperti yang dikemukakan oleh John Murphy, "*The successful designer of trademark and logos needs to have basic intellectual and draftmanship skills in addition to a sensitivity to the aesthetic elements of design.*"(John, 37)

2.1.1.1. Garis

Pengertian garis menurut Leksikon Grafika adalah benda 2 dimensi tipis memanjang. Sedangkan Lilian Gareth mendefinisikan garis sebagai sekumpulan titik yang bila dideretkan maka dimensi panjangnya akan menonjok dan sosoknya disebut dengan garis.

Dalam hubungannya sebagai elemen senirupa, garis memiliki kemampuan untuk mengungkapkan suasana. Suasana yang tercipta dari sebuah garis. terjadi karena proses stimulasi dari bentuk-bentuk sederhana yang sering kita lihat di sekitar kita, yang terwakili dari bentuk garis tersebut. Sebagai contoh adalah bila kita melihat garis berbentuk "S". atau yang sering disebut "*Line of beauty*" maka kita akan merasakan sesuatu yang lembut, halus, dan gemulai. Perasaan ini terjadi karena ingatan kita mengasosiasikannya dengan gerak obak laut.

Beberapa jenis garis beserta suasana yang ditimbulkannya seperti, garis lurus mengesankan kekuatan, arah dan perlawanan. Garis lengkung mengesankan

keangunan, gerakan dan pertumbuhan. beberapa jenis garis beserta asosiasi yang ditimbulkannya:

- *Horizontal* : Memberi sugesti ketenangan atau hal yang tak bergerak.
- *Vertikal* : Stabilitas, kekuatan atau kemegahan.
- *Diagonal* : Tidak stabil, sesuatu yang bergerak atau dinamika.
- *Lengkung S* : Grace, keanggunan.
- *Zig Zag* : Bergairah, semangat, dinamika atau gerak cepat.
- *Bending up Right* : Sedih, lesu, atau kedukaan.
- *Diminishing perspective* : Adanya jarak, kejauhan, kerinduan dan sebagainya.
- *Concentric arcs* : Perluasan, gerakan mengembang, kegembiraan, dsb.
- *Pyramid* : Stabil, megah, kuat atau ekuatan ayng masif.
- *Conflicting Diagonal* : Peperangan, konflik, kebencian, dan kebingungan.
- *Spiral* : Kelahiran atau generative Forces.
- *Rhythmic Horizontals* : Malas, ketenangan yang menyenangkan.
- *Upward swirls* : Semangat menyala, Berkobar-kobar, hasrat yang tumbuh.
- *Upward spray* : Pertumbuhan spontantitas, idealisme.
- *Inverted Perspective* : Keluasan tak terbatas, kebebasan mutlak, pelebaran tak terhalang.
- *Water Fall* : Air terjun, penurunan yang berirama, gaya berat.
- *Rounder Archs* : lengkung bulat mengesankan kekokohan.
- *Rhythmic curves* : Lemah gemulai, keriangian.
- *Gothic Archs* : Keperayaan dan religius.
- *Radiation Lines* : Pemusatan, peletupan atau letusan.

2.1.1.2. Bentuk

Bentuk merupakan wujud rupa sesuatu, biasa berupa segi empat, segi tiga, bundar, elips, dsb. pada proses perancangan logo, bentuk menempati posisi yang tidak kalah penting dibanding elemen elemen lainnya, mengingat bentuk-bentuk geometris biasa merupakan simbol yang membawa nilai emosional tertentu. Hal tersebut biasa dipahami, karena pada bentuk atau rupa memounyai muatan kesan yang kasat mata. Seperti yang diungkapkan Plato tersebut tidaklah mesti berlaku semestinya. Ada aspek lain yang mengakibatkan bahasa bentuk

tidak selalu efektif. Seperti penerapan bentuk bentuk internasional dengan target sasaran tradisional atau sebaliknya. Dengan kata lain, bila target sasaran tidak terbiasa dengan bahasa kasat mata tradisional, penggunaan bahasa kasat mata internasional demikian pula sebaliknya.

beberapa contoh bentuk dan asosiasi yang ditimbulkan berdasarkan buku “Handbook of Design & Devices” tulisan clarence P.Hornung yaitu:

Segitiga merupakan lambang dari konsep trinitas. Sebuah konsep religius yang mendasarkan pada tiga unsur alam semesta, yaitu Tuhan, manusia, dan alam. Selain itu segitiga merupakan perwujudan dari konsep keluarga yakni ayah, ibu, dan anak. Dalam dunia metafisika segitiga merupakan lambang dari raga, pikiran, dan jiwa. Sedangkan pada kebudayaan mesir, segitiga digunakan sebagai simbol femininitas dan dalam huruf *Hieroglyphs* segitiga menggambarkan bulan.

Yin yang, merupakan bentuk yang termasuk dalam jenis monald, yakni bentuk yang terdiri dari figure geometris bulat yang terbagi oleh dua bentuk yang terdiri dari figure geometris bulat yang terbagi oleh dua bentuk bersinggungan dengan masing masing titik pusat yang berhadapan. Di China bentuk seperti ini disebut *Yin Yang*, di Jepang disebut *Futatsu tomoe* sedangkan orang korea menyebutnya *Tah Gook*. *Yin Yang* merupakan gambaran dua prinsip alam, Yang melambangkan kecerahan *U Yin* melambangkan kegelapan, Yang melambangkan nirwana *U Yin* melambangkan dunia, tang sebagai matahari *U Yin* sebagai bulan, Yang memiliki posisi aktif, maskulin *U Yin* pasif, feminim. Kesemuanya itu melambangkan prinsip dasar kehidupan yakni keseimbangan.

2.1.1.3. Warna

Warna merupakan salah satu komponen pendukung yang penting dalam iklan. Dengan warna dapat menarik perhatian dan membantu menciptakan sebuah *mood*(suasana hati)

Fungsi dari warna yaitu:

- Fungsi estetis adalah warna memiliki kekuatan untuk membangkitkan rasa keindahan.
- Fungsi isyarat adalah warna berdiri sendiri atau dikombinasikan dengan warna lain, dengan kuat menarik perhatian.

- Fungsi psikologis adalah warna memberi pengaruh tertentu pada perasaan dan perikehidupan manusia.
- Fungsi pengenalan adalah warna sebagai tanda pengenalan.
- Fungsi pembeda adalah warna memiliki tugas untuk membedakan.
- Fungsi ilmiah atau fisika.

Dimensi dari warna menurut Fadjar Sidik yaitu:

- *Hue*, adalah dimensi nama dari warna dan merupakan istilah yang digunakan untuk menunjukkan nama dari suatu warna seperti merah, kuning, biru dan lain-lain. Maitland Graves memberi pengertian *hue* sebagai kualitas atau karakter dimana kita dapat membedakan dari warna yang satu dengan warna yang lainnya.
- *Value*, adalah dimensi petunjuk gelap atau terangnya warna. Maksud dari tingkatan *value* untuk membuat kesan cahaya yang ditimbulkan oleh warna yang diterima oleh mata. *Value* yang berada di atas *middle* disebut *high value* sedangkan yang berada di bawah *middle* disebut *low value*.
- *Chorma*, adalah dimensi mengenai cerah atau suramnya warna yang merupakan kualitas dari keberadaan suatu warna. Perubahan dalam intensitas dapat dibuat melalui pencampuran warna komplementernya.

Peran dari warna yaitu:

- Mengidentifikasi.
- Menarik perhatian.
- Menimbulkan pengaruh psikologis.
- Mengembangkan asosiasi.
- Membangun ketahanan minat.
- Menciptakan suasana yang menyenangkan.

Jenis dari warna yaitu:

- Warna primer, adalah warna warna yang menunjukkan kekontrasan dan kesan panas seperti merah, kuning, oranye, dan lain-lain.
- Warna sekunder dan tertier, adalah warna-warna yang menunjukkan kesan dingin seperti biru, hijau, dan lain-lain.

Psikologi warna

Warna Biru – Tenang, Menyejukkan

Warna Hijau – Alami, Sehat
 Warna Kuning – Terang, Menghangatkan
 Warna Hitam – Keabadian, Keanggunan
 Warna Ungu – Agung, Keindahan
 Warna Pink – Romantis, Sensual
 Warna Orange – Kreatif, Optimis
 Warna Merah – Panas, Penuh Energi
 Warna Coklat – Alami
 Warna Netral – Warna Untuk Semua, Natural
 Warna Putih – Bersih, Murni

2.1.1.3. Tipografi

Tipografi menurut W.J.S Poewadarmita adalah ilmu yang mempelajari bentuk huruf, dimana huruf, angka, tanda baca, dan lain-lain tidak hanya dilihat sebagai suatu bentuk desain. Tipografi berkembang dari tulisan tangan yang merupakan goresan goresan yang dibuat oleh tangan.

Huruf memiliki peranan yang sangat penting dalam menyusun teks atau kalimat promosi yang berfungsi sebagai elemen visual. Sedangkan kalimat dalam suatu desain tipografi berfungsi untuk menyusun media komunikasi. Teks yang perlu diperhatikan antara lain yaitu :

a. teks yang terbaca, adalah serentetan kalimat yang menjelaskan tentang barang dan jasa untuk suatu tujuan tertentu. Bahasa yang dipakai untuk menyusun teks haruslah sederhana, singkat, jelas, dan tepat serta kalimat-kalimatnya memiliki daya tarik.(57)

b. Elemen visual yaitu:

- Menggambarkan atau mewakili sesuatu.
- Hanya sebagai elemen hias.
- *Legibility* yaitu kualitas pada huruf sehingga dapat terbaca.
- *Readability* yaitu kualitas pada teks sehingga mudah terbaca.
- *Visibility* yaitu kualitas pada huruf dan teks untuk terbaca.
- *Clarity* yaitu kualitas pada huruf dan teks untuk mudah terbaca.

(Wijaya, 4)

2.1.2. Maskot

Maskot biasanya berbentuk orang, binatang, atau benda yang diperlakukan oleh suatu kelompok sebagai lambang pembawa keberuntungan atau keselamatan, maskot juga banyak di pakai oleh suatu even agar dapat membantu mempermudah promosi even tersebut agar dapat dikenal luas oleh masyarakat.

2.1.3. Teori Promosi

Promosi menurut Rhenald Kasali dikaitkan dengan penjualan dan periklanan, dan dipandang sebagai kiat pendekatan propaganda yang didominasi dengan penggunaan jalur media massa. Semua itu untuk kepentingan keberhasilan penjualan produk. Media promosi luar ruang memiliki keunggulan tersendiri, terutama dalam efek dinamik yang berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Orang yang menikmati, disuguhi pilihan-pilihan, apakah mengabaikan gambar yang terpampang, hanya melirik saja, menikmati secara khusus, atau menghubungkan keberadaan gambar itu dengan kondisi lingkungan yang mengitarinya. Oleh sebab itu, biasanya penempatan media promosi luar ruang ini (bisa berupa papan/billboard, *neonsign*, spanduk, baliho, poster atau balon udara). Untuk mendukung kecenderungan tersebut, memacu tubuhnya jasa promosi, advertising, public relation dan kebudayaan pop yang mampu memanipulasi citra, yang mendorong orang menjadi konsumtif. Iklan telah mengantarkan proses konstruksi sosial kaum kapitalis terhadap masyarakat yang menikmati iklan tersebut sebagai konsumen.

Promosi dibagi menjadi lima alat yang berlainan, tetapi semuanya berkontribusi pada pencapaian sasaran pemasaran. Alat alat ini yaitu:

- Iklan : ruang, waktu atau naskah yang dibeli untuk mempromosikan produk atau jasa.
- Promosi penjualan : Insentif dan tawaran yang mendorong orang untuk membeli produk jasa.
- Publisitas : Berita dan informasi tentang produk atau jasa yang tidak dibayar secara langsung.
- Penjualan secara personal : Penyampaian secara pribadi produk atau jasa kepada calon pelanggan.
- Pemasaran langsung : Penyampaian kepada calon pelanggan tidak secara pribadi, tetapi mereka dapat langsung memberikan tanggapan.

Manfaat promosi yaitu :

- Fungsi : Apa yang dapat dilakukan oleh produk atau jasa tersebut.
- Citra : Gaya, prestise, dan nilai emosional dari produk atau jasa tersebut.
- Manfaat ekstra : Manfaat lain yang bukan bagian utama dari produk atau jasa tersebut.

(Kasali, 37)

2.1.4. Publisitas dan Promosi Pariwisata

Publisitas dan Promosi Pariwisata adalah proses pengenalan suatu tempat pariwisata atau negara kepada masyarakat luas, agar tempat pariwisata atau Negara tersebut dapat dikenal sehingga semakin banyak pelancong atau pengunjung yang berkunjung ke tempat pariwisata atau negara tersebut. Segingga dapat berpengaruh dengan pendapatan suatu daerah maka dari itu sekarang semakin marak daerah-daerah melakukan promosi wisata hingga ke seluruh dunia

kampanye atau propaganda kepariwisataan yang didasarkan atas rencana atau program yang teratur secara kontinyu atau terus-menerus. Tujuan dari publisitas pariwisata adalah untuk menumbuhkan dan mengembangkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan kepariwisataan bagi suatu daerah tujuan wisata yang dijadikan obyek kunjungan. (Nyoman, 8)

Sedangkan menurut Dr. Winardi dalam bukunya Kamus Ekonomi promosi adalah segala usaha untuk memajukan sesuatu yang kerap kali dihubungkan dengan promosi. Misalnya kepariwisataan, perdagangan, untuk meningkatkan. Arti lain dari promosi juga dihubungkan dengan kenaikan tingkat atau jabatan seseorang pekerja. (379)

2.1.5. Wisata

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Istilah pariwisata sebenarnya berasal dari bahasa Sansekerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan. Jadi pariwisata ialah perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang atau berkali-kali. Orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*, sedang orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *tourist* (356).

Jenis-jenis pariwisata yang telah dikenal dewasa ini, antara lain:

1. Wisata Budaya

perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka.

2. Wisata Kesehatan

perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

3. Wisata Olahraga

wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti Asian Games, Olympiade, PON dan lain-lain.

4. Wisata Komersial

perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

5. Wisata Industri

perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian di mana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri ini.

6. Wisata Politik

Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian dengan aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti perayaan 17 Agustus di Jakarta, perayaan 10 Oktober di Moskow, penobatan Ratu Inggris di London dan sebagainya.

7. Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konvensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat nasional maupun internasional.

8. Wisata Sosial

adalah pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah untuk mengadakan perjalanan

9. Wisata Pertanian

Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya di mana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi maupun melihat-lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

10. Wisata Maritim (Marina) atau Bahari

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih-lebih di danau, bendungan, pantai, teluk atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan. Jenis ini disebut pula Wisata Tirta.

11. Wisata Cagar Alam

Wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-Undang.

12. Wisata Buru

Banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan.

13. Wisata Pilgrim

Sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ini banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda. Wisata pilgrim juga banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk tujuan memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.

14. Wisata Bulan Madu

Suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbula madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka seperti misalnya kamar pengantin di hotel yang khusus yang didekorasi seromantis mungkin (Nyoman 42).

15. Wisata Kuliner Malam

merupakan kegiatan atau sebagian dari kegiatan yang berhubungan dengan makanan dan minuman serta jajanan yang dilakukan seara sukarela, dan bermanfaat bagi kesehatan jasmani(menghilangkan rasa lapar) dan rohani)kepuasaan batin) yang dilakukan pada saat malam hari.

2.2.Data Surabaya

Surabaya adalah ibu kota propinsi Jawa Timur yang dikenal sebagai Kota Pahlawan

Letak : 07° 21' Lintang Selatan dan 112° 36' - 112° 54' Bujur

Timur

Ketinggian : 3 - 6 meter di atas permukaan laut (dataran rendah), kecuali di bagian selatan terdapat dua bukit landai di daerah Lidah & Gayungan dengan ketinggian 25-50 meter di atas permukaan laut

Batas Wilayah :

Sebelah Utara : Selat Madura

Sebelah Timur : Selat Madura

| | | |
|-----------------------|---|---|
| Sebelah Selatan | : | Kabupaten Sidoarjo |
| Sebelah Barat | : | Kabupaten Gresik |
| Luas Wilayah | : | 33.306,30 Km ² |
| Jumlah Kecamatan | : | 31 |
| Jumlah Desa/Kelurahan | : | 163 |
| Kelembapan Udara | : | rata-rata minimum 47% dan maksimum 88% |
| Tekanan Udara | : | rata-rata 925,7 |
| Temperatur | : | rata-rata minimum 22,1 °C dan maksimum 33,5 °C |
| Musim kemarau | : | Mei – Oktober |
| Musim hujan | : | Nopember – April |
| Curah Hujan | : | rata-rata 181 mm, curah hujan diatas 200 mm terjadi pada bulan Nopember s/d April |
| Kecepatan Angin | : | rata-rata 6,0 Knot dan maksimum 22 Knot |
| Struktur Tanah | : | terdiri atas tanah aluvial, hasil endapan sungai dan pantai, di bagian barat terdapat perbukitan yang mengandung kapur tinggi |

Ciri khas masyarakat asli Surabaya adalah mudah bergaul. Gaya bicaranya sangat terbuka. Walaupun tampak seperti bertemperamen kasar, masyarakat disini sangat demokratis, toleran dan senang menolong orang lain.

Dalam berkesenian masyarakat disini senang dengan gerakan yang atraktif, dinamis dan humoristik. Gerak tari yang lambat kurang diterima disini.

Mayoritas masyarakat bekerja sebagai pegawai dan pedagang. Di pusat kota banyak dijumpai pusat perdagangan dan perkantoran. Di Surabaya banyak dijumpai toko kelas atas, yang menjual barang berkelas dan berkualitas; walaupun

tentu saja di sini banyak toko kecil yang menjual barang murah yang terjangkau masyarakat. Banyaknya pedagang keliling dan pedagang kaki lima merupakan salah satu ciri khas kota Surabaya.

Kota Surabaya merupakan kota lama yang berkembang hingga mencapai bentuknya seperti saat ini. Awalnya masyarakat tinggal dalam perkampungan. Dengan tingkat pertumbuhan penduduk 1,2 % setahun, tentu saja kebutuhan akan perumahan sangat besar Masyarakat dapat menetap dalam perkampungan padat ataupun memilih berpindah ke real estate yang lebih teratur. Pilihan kelas real estate pun sangat beragam. Hunian bertaraf internasional yang dilengkapi dengan padang golf dengan keamanan yang ketat juga tersedia di sini.

Seperti di belahan manapun di dunia, dikotomi miskin dan kaya tentu saja juga terjadi di Surabaya. Akan tetapi masing-masing dapat berdampingan dengan damai, dan tidak menjadi alasan hidup di Surabaya menjadi kurang nyaman.

| Rata-rata Anggota Rumah Tangga Per Wilayah, Hasil Sensus Penduduk Tahun 2000 | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|
| Wilayah | Laki-laki | Perempuan | Jumlah |
| Surabaya Pusat | 207.732 | 204.443 | 412.175 |
| Surabaya Utara *) | 275.421 | 265.032 | 540.453 |
| Surabaya Timur | 357.338 | 352.402 | 709.740 |
| Surabaya Selatan | 374.396 | 365.469 | 739.865 |
| Surabaya Barat *) | 197.793 | 189.638 | 387.431 |
| Jumlah | 1.412.680 | 1.376.984 | 2.789.664 |

Sumber : Dinas Pendaftaran Penduduk dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya

SURABAYA in FOCUS 2004

| Perbandingan Rata-rata Anggota Rumah Tangga Per Wilayah, Hasil Sensus Penduduk 1990 dan 2000 | | |
|--|------|------|
| Wilayah | 1990 | 2000 |
| Surabaya Pusat | 4,52 | 3,79 |
| Surabaya Utara *) | 4,47 | 3,73 |

| | | |
|--|------|------|
| Surabaya Timur | 4,45 | 3,52 |
| Surabaya Selatan | 4,51 | 3,68 |
| Surabaya Barat *) | 4,61 | 3,75 |
| Jumlah | 4,51 | 3,66 |
| Sumber : Dinas Pendaftaran Penduduk dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya | | |
| SURABAYA in FOCUS 2004 | | |
| Keterangan *) : (-) Kecamatan Pecahan masih tergabung dengan induknya | | |

Surabaya secara resmi berdiri pada tahun 1293. Tanggal peristiwa yang diambil adalah kemenangan Raden Wijaya, Raja Pertama Mojopahit melawan pasukan Cina.

Peranan Surabaya sebagai kota pelabuhan sangat penting sejak lama. Saat itu sungai Kalimas merupakan sungai yang dipenuhi perahu-perahu yang berlayar menuju pelosok Surabaya.

Salah satu bangunan bersejarah di Surabaya:

Hotel Mojopahit atau Hotel Orange

Jalan Tunjungan Tahun 1911

Surabaya secara resmi berdiri pada tahun 1293. Tanggal peristiwa yang diambil adalah kemenangan Raden Wijaya, Raja Pertama Mojopahit melawan pasukan Cina.

Peranan Surabaya sebagai kota pelabuhan sangat penting sejak lama. Saat itu sungai Kalimas merupakan sungai yang dipenuhi perahu-perahu yang berlayar menuju pelosok Surabaya.

Kota Surabaya juga sangat berkaitan dengan revolusi kemerdekaan Republik Indonesia. Sejak penjajahan Belanda maupun Jepang, rakyat Surabaya (Arek Suroboyo) bertempur habis-habisan untuk merebut kemerdekaan. Puncaknya pada tanggal 10 Nopember 1945, Arek Suroboyo berhasil menduduki Hotel Oranye (sekarang Hotel Mojopahit) yang saat itu menjadi simbol kolonialisme. Karena kegigihannya itu, maka setiap Tanggal 10 Nopember, Indonesia memperingatinya sebagai Hari Pahlawan.

Hingga saat ini bekas-bekas masa penjajahan terlihat dengan masih cukup banyaknya bangunan kuno bersejarah di sini.

Lambang Surabaya

LAMBANG KOTA SURABAYA

Lambang Kota Surabaya yang berlaku sampai saat ini ditetapkan oleh DPRS Kota Besar Surabaya dengan putusan nomor 34 / DPRDS tanggal 19 Juni 1955, diperkuat dengan Keputusan Presiden R.I. No. 193 tahun 1956 tanggal 14 Desember 1956 yang isinya :

1. Lambang berbentuk perisai segi enam yang distilir (*gesty leerd*), yang maksudnya melindungi Kota Besar Surabaya
2. Lukisan Tugu Pahlawan melambangkan kepahlawanan putra-putri Surabaya dalam mempertahankan kemerdekaan melawan kaum penjajah.
3. Lukisan ikan Sura dan Baya yang berarti Sura Ing Baya melambangkan sifat keberanian putra-putri Surabaya yang tidak gentar menghadapi sesuatu bahaya.
4. Warna-warna biru, hitam, perak(putih) dan emas (kuning) dibuat sejernih dan secemerlang mungkin, agar dengan demikian dihasilkan suatu lambang yang memuaskan.

Bukti sejarah menunjukkan bahwa Surabaya sudah ada jauh sebelum zaman kolonial, seperti yang tercantum dalam prasasti Trowulan I, berangka 1358 M. Dalam prasasti tersebut terungkap bahwa Surabaya (*churabhaya*) masih berupa desa ditepian sungai Brantas sebagai salah satu tempat penyeberangan penting sepanjang sungai Brantas.

Surabaya (*Surabhaya*) juga tercantum dalam pujasastra Negara Kertagama yang ditulis oleh Prapanca tentang perjalanan pesiar baginda Hayam Wuruk pada tahun 1365 dalam pupuh XVII (bait ke-5, baris terakhir).

Walaupun bukti tertulis tertua mencantumkan nama Surabaya berangka tahun 1358 M (prasasti Trowulan) & 1365 M (Negara Kertagama), para ahli menduga bahwa Surabaya sudah ada sebelum tahun-tahun tsb.

Menurut hipotesis Von Faber, Surabaya didirikan tahun 1275 M oleh Raja Kertanegara sebagai tempat pemukiman baru bagi prajuritnya yang berhasil

menumpas pemberontakan Kemuruhan tahun 1270 M. Hipotesis yang lain mengatakan bahwa Surabaya dulu bernama Ujung Galuh.

Versi lain mengatakan bahwa nama Surabaya berasal dari cerita tentang perkelahian hidup dan mati Adipati Jayengrono dan Sawunggaling. Konon setelah mengalahkan tentara Tartar, Raden Wijaya mendirikan sebuah kraton di Ujunggaluh, dan menempatkan Adipati Jayengrono untuk memimpin daerah itu. Lama-lama karena menguasai ilmu Buaya, Jayengrono makin kuat dan mandiri sehingga mengancam kedaulatan Majapahit. Untuk menaklukkan Jayengrono diutuslah Sawunggaling yang menguasai ilmu Sura. Adu kesaktian dilakukan di pinggir Sungai Kalimas dekat Paneleh. Perkelahian adu kesaktian itu berlangsung selama tujuh hari tujuh malam dan berakhir dengan tragis, karena keduanya meninggal kehabisan tenaga.

Kata "Surabaya" juga sering diartikan secara filosofis sebagai lambang perjuangan antara darat dan air, antara tanah dan air. Selain itu, dari kata Surabaya juga muncul mitos pertempuran antara ikan Suro (Sura) dan Boyo (Baya atau Buaya), yang menimbulkan dugaan bahwa nama Surabaya muncul setelah terjadinya peperangan antara ikan Sura dan Buaya (Baya).

Supaya tidak menimbulkan kesimpang-siuran dalam masyarakat maka Walikota Kepala Daerah Tingkat II Surabaya, dijabat oleh Bapak Soeparno, mengeluarkan Surat Keputusan No. 64/WK/75 tentang penetapan hari jadi kota Surabaya. Surat Keputusan tersebut menetapkan tanggal 31 Mei 1293 sebagai tanggal hari jadi kota Surabaya. Tanggal tersebut ditetapkan atas kesepakatan sekelompok sejarawan yang dibentuk oleh pemerintah kota bahwa nama Surabaya berasal dari kata "sura ing bhaya" yang berarti "keberanian menghadapi bahaya" diambil dari babak dikalahkannya pasukan Mongol oleh pasukan Jawa pimpinan Raden Wijaya pada tanggal 31 Mei 1293.

Tentang simbol kota Surabaya yang berupa ikan sura dan buaya terdapat banyak sekali cerita. Salah satu yang terkenal tentang pertarungan ikan sura dan buaya diceritakan oleh LCR. Breeman, seorang pimpinan Nutspaarbank di Surabaya pada tahun 1918.

Menurut Handinoto masih banyak cerita lain tentang makna dan semangat Surabaya. Semuanya mengilhami pembuatan lambang-lambang Kota

Surabaya. Lambang Kota Surabaya yang berlaku sampai saat ini ditetapkan oleh DPRS Kota Besar Surabaya dengan Putusan no. 34/DPRDS tanggal 19 Juni 1955, diperkuat dengan Keputusan Presiden R.I. No. 193 tahun 1956 tanggal 14 Desember 1956 yang isinya :

1. Lambang berbentuk perisai segi enam yang distilir (gesty leerd), yang maksudnya melindungi Kota Besar Surabaya.

2. Lukisan Tugu Pahlawan melambangkan kepahlawanan putera-puteri Surabaya dalam mempertahankan Kemerdekaan melawan kaum penjajah.

3. Lukisan ikan Sura dan Baya yang berarti Sura Ing Baya melambangkan sifat keberanian putera-puteri Surabaya yang tidak gentar menghadapi sesuatu bahaya.

4. Warna-warna biru, hitam, perak (putih) dan emas (kuning) dibuat sejernih dan secermelang mungkin, agar dengan demikian dihasilkan suatu lambang yang memuaskan. (“Wisata Surabaya,” tar. 1)

Periode 1300 (Majapahit/Hindu)

gedung societstraat

Tanjung Perak

Menurut hipotesis Handinoto, Surabaya didirikan tahun 1275 M oleh Raja Kertanegara sebagai tempat pemukiman baru bagi prajuritnya yang berhasil menumpas pemberontakan Kemuruhan tahun 1270 M. Hipotesis yang lain mengatakan bahwa Surabaya dulu bernama Ujung Galuh.

Pada tanggal 31 Mei 1293 Raden Wijaya (Pendiri Kerajaan Majapahit) dengan keberanian dan semangat dan jiwa kepahlawanan berhasil menghancurkan dan mengusir tentara Tar-Tar, pasukan kaisar Mongolia dari bumi Majapahit. Tentara Tar-Tar meninggalkan Majapahit melalui Ujung galuh, sebuah desa yang terletak di ujung utara Utara Surabaya, di muara Kali Mas.

Dalam prasasti Trowulan I, berangka 1358 M terungkap bahwa Surabaya (churabhaya) masih berupa desa ditepian sungai Brantas sebagai salah satu tempat penyeberangan penting sepanjang sungai Brantas.

Dari tahun 1483-1542 Surabaya merupakan bagian dari wilayah kerajaan Demak. Sesudah itu kurang lebih 30 tahun Surabaya ada di bawah kekuasaan

supremasi Madura. dan antara 1570 sampai 1587 Surabaya ada di bawah dinasti Pajang.

Pada tahun 1596, orang Belanda pertama kali datang ke Jawa Timur di bawah pimpinan Cornelis Houtman. (“Wisata Surabaya,” tar. 2)

- Surabaya Now And Future, 2003

Periode 1600 (Islam)

Menurut Handinoto pada tahun 1612 Surabaya sudah merupakan bandar perdagangan yang ramai. Banyak pedagang Portugis membeli rempah-rempah dari pedagang pribumi. Pedagang pribumi membeli rempah-rempah secara sembunyi-sembunyi dari Banda, meskipun telah ada persetujuan dengan VOC yang melarang orang-orang Banda berdagang untuk kepentingannya sendiri.

Setelah tahun 1625 Surabaya jatuh ke tangan kerajaan Mataram. Setelah takluk dari kerajaan Mataram, tahun 1667 Surabaya mengalami kekacauan akibat serangan para bajak laut yang berasal dari Makasar. Pada saat keadaan tidak menentu inilah muncul nama Trunojoyo, seorang pangeran dari Mataram dari suku Madura, yang memberontak terhadap Raja Mataram. Dengan pertolongan orang-orang Makasar Trunojoyo berhasil menguasai Madura dan Surabaya.

Di bawah kekuasaan Trunojoyo, Surabaya menjadi pelabuhan transit dan tempat penimbunan barang-barang dari daerah subur, yaitu delta Brantas. Kalimas menjadi "sungai emas" yang membawa barang-barang berharga dari pedalaman.

Dengan alasan ingin membantu Mataram, pada tahun 1677 Kompeni mengirim Cornelis Speelman yang dilengkapi dengan angkatan perang yang besar ke Surabaya. Benteng Trunojoyo akhirnya dapat dikuasai Speelman. Kemudian Gubernur Jenderal Couper mengembalikan Surabaya kepada Mataram.

Pada abad 18, tahun 1706, Surabaya menjadi ajang pertempuran antara Kompeni dibawah pimpinan Govert Knol dan Untung Surapati.

Setelah peperangan terus menerus, tanggal 11 Nopember 1743 Paku Buwono II dari kerajaan Mataram dan Gubernur Jenderal Van Imhoff di Surakarta menanda-tangani sebuah persetujuan yang menyatakan bahwa ia menyerahkan haknya atas pantai utara Pulau Jawa dan Madura (termasuk diantaranya di Surabaya) kepada pihak VOC yang telah memberikan bantuan hingga ia

berhasil naik tahta di kerajaan Mataram. Tetapi pasukan Hindia Belanda baru mengunjungi Surabaya pada tanggal 11-April-1746.

VOC mendirikan struktur pemerintahan baru di daerah pantai utara Pulau Jawa dan Madura dengan kedudukan gubernur di Semarang. Di Surabaya diangkat seorang Gezaghebber in den Oosthoek (Penguasa Bagian Timur Pulau Jawa).

Antara Tahun 1794-1798 Penguasa Bagian Timur Pulau Jawa adalah Dirk van Hogendorp. Pada tanggal 6 September 1799, Fredrick Jacob Rothenbuhler menggantikan Van Hogendorp berkuasa sampai tahun 1809. Pada tahun 1807 Surabaya mendapat Serangan dari angkatan laut Inggris di bawah pimpinan Admiral Pillow yang akhirnya meninggalkan Surabaya.

Setelah kebangkrutan VOC, Hindia Belanda diserahkan kepada pemerintah Belanda. Tahun 1808-1811 Surabaya di bawah pemerintahan langsung Gubernur Jenderal Herman Willem Daendels yang menjadikan Surabaya sebagai kota Eropa kecil. Surabaya dibangun menjadi kota dagang sekaligus kota benteng.

Tahun 1811-1816 Surabaya berada dibawah kekuasaan Inggris yang dijabat oleh Raffles. Tahun 1813 Surabaya menjadi sebuah kota yang dapat dibanggakan, sampai-sampai William Thorn dalam buku Memoir of Conguest of Java berpendapat bahwa Kota Gresik (pada masa sebelumnya menjadi kota pelabuhan yang ramai) sudah menjadi kuno bila dibandingkan dengan Surabaya.

Setelah itu Surabaya kembali dikuasai Belanda. Tahun 1830-1850, Surabaya betul-betul berbentuk sebagai kota benteng dengan benteng Prins Hendrik ada di muara Kalimas. Pada tahun 1870, Surabaya terus berkembang ke selatan menjadi kota modern. ("Wisata Surabaya," tar.7)

Periode 1900

Menurut Handinoto tanggal 1 April 1906 Surabaya ditetapkan sebagai kotamadya (gemeente) berdasarkan peraturan 1 Maret 1906. Sejak saat itu semua pemerintahan dijalankan oleh Dewan Kota (Gemeente Raad), dibawah pimpinan Asisten Residen AR. Lutter yang merangkap sebagai walikota sementara. ("Wisata Surabaya," tar. 9)

Periode Penjajahan Jepang

Jalan Simpang

Kantor Gubernur

Pada tahun 1942 sampai tahun 1945, kota Surabaya ada dibawah penguasaan Jepang. Pada masa penjajahan Jepang selama 3 tahun tersebut, keadaan kota boleh dikatakan tidak mengalami perkembangan sama sekali.(Handinoto, Perkembangan Kota dan Arsitektur Kolonial Belanda di Surabaya 1870-1940, Andi, Yogyakarta, 1996)

Keberadaan perbankan mulai dari bank sentral, bank swasta nasional devisa dan non devisa, bahkan bank asing memperlihatkan perputaran uang dan modal yang tinggi dan telah mengglobal. Perekonomian Surabaya cukup menggairahkan dengan meningkatnya jumlah kredit untuk kegiatan modal kerja, investasi, dan konsumtif, khususnya kredit modal dan investasi pada sektor Industri dan perdagangan.

Surabaya merupakan salah satu pintu gerbang perdagangan utama di wilayah Indonesia Timur. Dengan segala potensi, fasilitas, dan keunggulan geografisnya Surabaya memiliki potensi ekonomi yang sangat besar. Sektor primer, sekunder, dan tersier di kota ini sangat mendukung untuk semakin memperkokoh sebutan Surabaya sebagai kota perdagangan dan ekonomi.

Bersama-sama sektor swasta saat ini, kota Surabaya telah mempersiapkan sebagai kota dagang internasional. Pembangunan gedung dan fasilitas perekonomian modern merupakan kesiapan Surabaya sebagai bagian dari kegiatan ekonomi dunia secara transparan dan kompetitif.

Budaya

Surabaya merupakan kota multi etnis yang kaya akan budaya. Beragam etnis migrasi ke Surabaya. Sebut saja etnis Melayu, China, India, Arab dan Eropa sementara etnis Nusantara sendiri antara Lain Madura, Sunda, Batak, Borneo, Bali, Sulawesi datang dan menetap, hidup bersama serta membaaur dengan penduduk asli membentuk pluralisme budaya yang kemudian menjadi ciri khas kota Surabaya.

Inilah yang membedakan kota Surabaya dengan kota-kota di Indonesia. Bahkan ciri khas ini sangat kental mewarnai kehidupan pergaulan sehari-hari. Sikap pergaulan yang sangat egaliter, terbuka, berterus terang, kritik dan mengkritik merupakan sikap hidup yang dapat ditemui sehari-hari. Bahkan

kesenian tradisional dan makanan khasnya mencerminkan pluralisme budaya Surabaya.

Berikut ini monumen-monumen dan museum-museum yang ada di Surabaya:

- Monumen Bambu Runcing
- Monumen Jenderal Soedirman
- Monumen Mayangkara
- Monumen Gubernur Soeryo
- Monumen Tugu Pahlawan
- Monumen Wira Surya
- Monumen Kapal Selam
- Monumen Bahari
- Monumen Jalesveva Jayamahe
- Monumen Perjuangan POLRI
- Monumen Ronggolawe
- Patung Sura & Baya
- Patung Joko Dolog
- Museum Loka Jaya Srana
- Museum Mpu Tantular
- Cagar Budaya Surabaya

Kesenian

Kehidupan berkesenian Kota Surabaya tumbuh dengan baik. Kesenian tradisional dan modern saling melengkapi membentuk keragaman kesenian Surabaya. Kesenian tradisional tumbuh karena perjalanan sejarah melawan penjajahan zaman dahulu sampai saat ini tetap dilestarikan. Bentuk kesenian tradisional banyak ragamnya. Ada seni tari, seni musik dan seni panggung. Ludruk, Gending Jula Juli Suroboyo, tari Remo, Kentrung, Okol, Seni Ujung, Besutan, upacara Loro Pangkon, tari Lenggang Suroboyo dan tari Hadrah.

Sementara kesenian modern juga tumbuh pesat. Sejumlah sanggar tari berkonsentrasi mengembangkan perpaduan seni tradisional dan modern. Namun demikian banyak group tari mengembangkan kreasi modern, misalnya Marlupi Dance, Gito Maran.

Upaya untuk mewujudkan kehidupan berkesenian di Surabaya dikembangkan Dewan Kesenian Surabaya (DKS) maupun perkumpulan-perkumpulan seni teater, seni lukis dan musik. Pameran seni lukis maupun seni teater seringkali diselenggarakan di Gedung Balai Pemuda. Sementara pagelaran seni tari tradisional selalu digelar di Taman Hiburan Rakyat (THR) dan Taman Budaya. Surabaya Symphony Orchestra (SSO) juga mengambil peran penting dalam menumbuhkan seni musik di Surabaya.

Festival

Hampir setiap tahun berbagai ragam festival diselenggarakan di Kota Surabaya. Penyelenggaraan festival tidak hanya dilakukan Pemerintah saja, banyak lembaga swasta ikut berperan menyemarakkan berbagai kegiatan festival, antara lain festival Layang-layang, festival makanan khas Surabaya, festival perahu nelayan, Parner Raya dan sebagainya. Bahkan sejak setahun lalu pada bulan Juli diselenggarakan festival tarian Yosakoi yang berasal dari kota Kochi-Jepang. Penyelenggaraan festival ini merupakan wujud jalinan kerjasama kota kembar Surabaya-Kochi, dan menjadi agenda rutin kota Surabaya. (“Website Resmi Kota Surabaya”)

Sparkling Surabaya

Sparkling Surabaya adalah salah satu program dari Departemen Pariwisata Surabaya yang bertujuan untuk mempromosikan kota Surabaya pada Masyarakat luas, program yang telah di laksanakan oleh Sparkling Surabaya adalah membuat Desain Web site yang berisi tentang informas-informasi penting di wilayah Surabaya, dan juga menghiasi kota Surabaya dengan lampu-lampu dengan logo Sparkling Surabaya.

(“Sparkling Surabaya”)

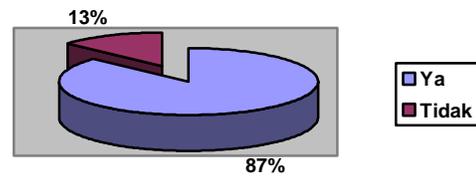
2.3 Data Survey dan Wawancara

Nama :
Umur :
Pekerjaan :

1. Apakah anda sering makan malam diluar rumah?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Pada jam berapakah anda paling sering keluar untuk makan pada malam hari?
 - a. 6
 - b. 7
 - c. 8
 - d. 9
 - e. jam 10 ke atas
3. Anda lebih sering membeli makanan di?
 - a. Warung kaki lima
 - b. Restoran
4. Dengan siapa anda biasanya makan di luar?
 - a. Sendirian
 - b. Teman
 - c. Pacar
 - d. lain2
5. Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam memilih makanan yang akan dibeli(Berikan angka menurut pilihan yang diprioritaskan)
 - a. rasa()
 - b. harga()
 - c. porsi()
 - d. lokasi/tempat()
 - e. servis()
 - f. suasana()
6. Apakah anda termasuk penggemar wisata kuliner malam?
 - a. Sangat suka
 - b. Suka
 - c. Tidak Suka
7. Sebutkan 5 tempat kaki lima yang sering anda kunjungi?(minimal 3)
 - a.
 - b.
 - c.
 - d.
 - e.

Hasil Kuisisioner

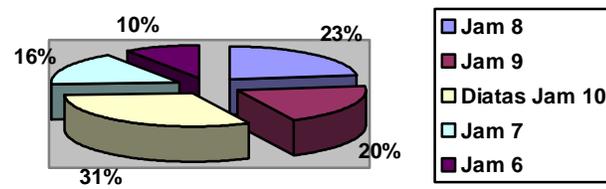
1.



Ya (87%)

Tidak (13%)

2.



Jam 8 (24%)

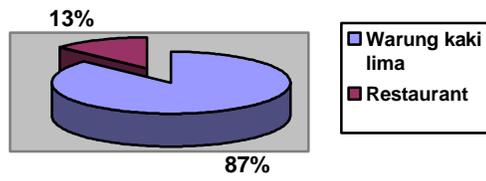
Jam 9 (21%)

Diatas Jam 10 (33%)

Jam 7 (17%)

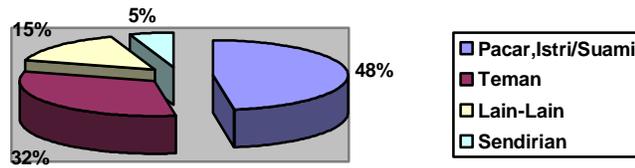
Jam 6 (10%)

3.



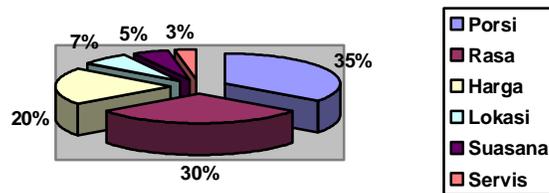
Warung Kaki (87%)
 Restaurant (13%)

4.



Pacar, istri/suami (46%)
 Teman (31%)
 Lain-lain (15%)
 Sendirian(5%)

5.



Porsi (35%)
 Rasa (30)

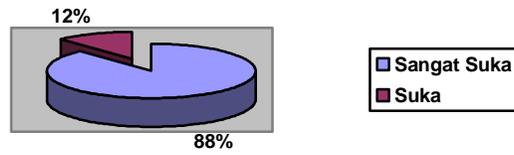
Harga (20%)

Lokasi (7%)

Suasana (5%)

Servis(3%)

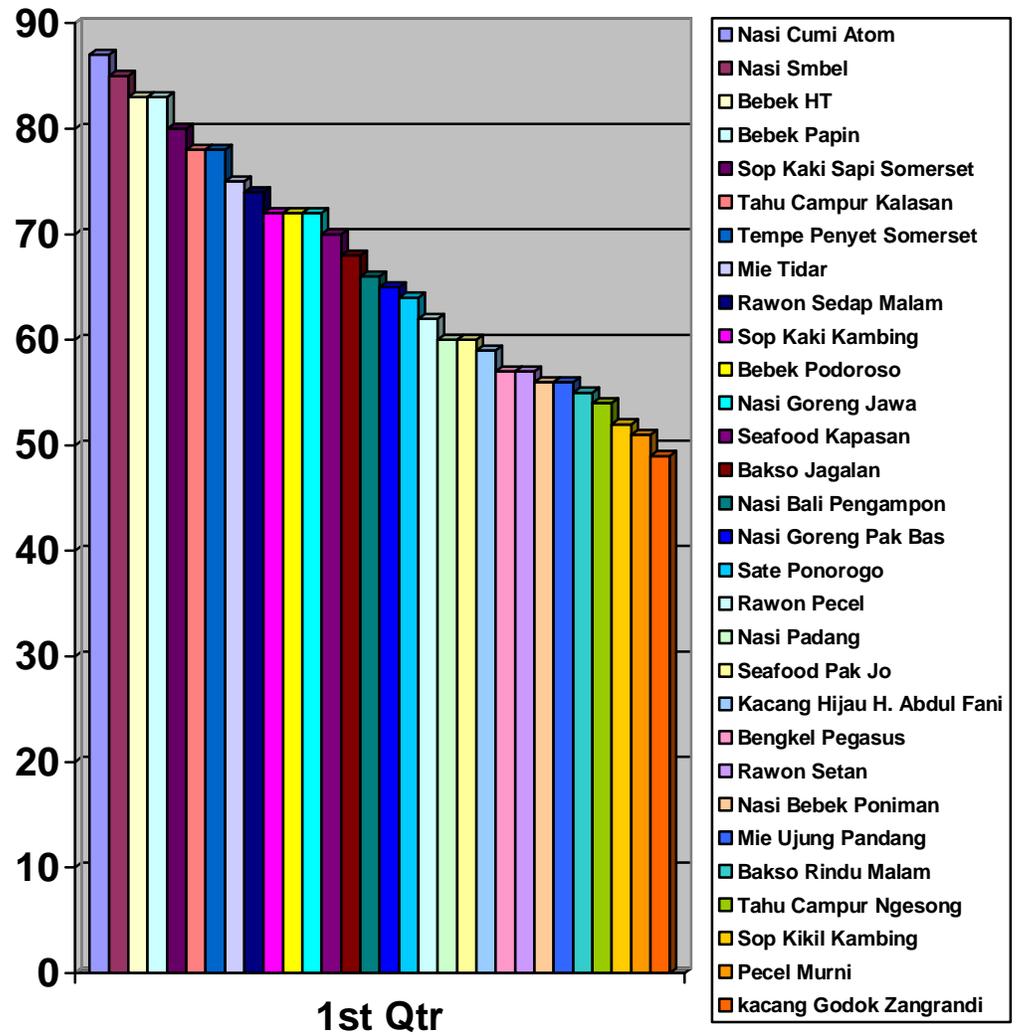
6.



Sangat Suka (88%)

Suka (12%)

7.



Nasi Cumi Atom (87 Suara)

Nasi Sambel (85 Suara)

Bebek HT (83 Suara)

Bebek Papin (83Suara)

Sop Kaki Sapi Somerset(80 Suara)

Tahu Campur Kapasari (78Suara)

Tempe Penyet Somerset(77Suara)

Mie Tidar(75Suara)
Rawon Sedap Malam(74Suara)
Sop Kaki Kambing (72Suara)
Bebek Podoroso (72Suara)
Nasi Goreng Jawa (72Suara)
Seafood Kapasan(70Suara)
Bakso Jagalan(68Suara)
Nasi Bali Pengampon(66Suara)
Nasi Goreng Pak Bas(65Suara)
Sate Ponorogo(64 Suara)
Rawon Pecel Keputran(62 Suara)
Nasi Padang Surya Gemilang(60 Suara)
Seafood Pak Jo (60 Suara)
Es Kacang Hijau H Abdul Fani (59 Suara)
Bengkel Pegasus(57Suara)
Rawon Setan (57 Suara)
Nasi Bebek Poniman(56Suara)
Mie Ujung Pandang Ngagel(56Suara)
Bakso Rindu Malam(55Suara)
Tahu Campur Depan bca ngesong (54Suara)
Sop Kikil Kambing jl Blimbing (52Suara)
Pecel Murni A.Yani (51Suara)
Kacang Godok Zangrandi(49Suara)