

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Al Muchtar, S. (2015). *Dasar Penelitian Kualitatif*. Gelar Pustaka Mandiri.
- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produs Atas Produsen Industri Halal. *Hurnal Ilmu Syariah*, 16, 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Anholt, S. (2010). *Places: Identity, Image and Reputation*. Palgrave Macmillan.
- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice* (First Edit). Butterworth Heinemann.
http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_%0ABranding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_%0A_Keith_Dinnie.pdf%0A
- Galavan, R. (2004). *DOING BUSINESS STRATEGY*. 19. 383.
- Herdian, P. (2019). Upaya Korea Selatan Dalam Menjadikan Kimci Sebagai Warisan Budaya Dunia. *JOM Fisip*, 6, 1–12.
- Milim, K. (2011). *The Role of Government in Cultural Industry: Some Observations from Korea's Experience*. Keio Communication Review, 33.
- Nye, J. S. (2004). *Soft Power: The Means of Success in World Politics*. Book Basic.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *American Academy of Political and Social Science*, 616, 96–99.
- P.Siagian, S. (2003). *Manajemen Strategi*. Bumi Perkasa.
- Primayanti, R. (2013). Diplomasi Publik Korea Selatan di Kawasan Asia Timur : Pemanfaatan Hallyu Sebagai Sumber Soft Power. *INAKOS*, 117–140.
- Rockower, P. (2012). Recipes for Gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8.
- Rockower, P. (2014). The State of Gastrodiplomacy. *Public Diplomacy*, 11, 11–14.
- Ruddy, B. (2014). Heart, Minds, and Stomachs: Gastrodiplomacy and the Potential of National Cuisine in Changing Public Perceptions of National Image. *Public Diplomacy Magazine*, 29.

- S Abduazimov, M. (2017). *Public Diplomacy: Reappraising the South Korea Case through an Evolutionary Approach*. *Korean*, 57(3), 83–111.
- Shin, D., & Jeong, D. (2015). Korean Traditional Fermented Soybean Products (Jang). *Journal of Ethnic Foods*, 2. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2015.02.002>.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Wibowo, W. (2013). K-Drama, Industri Kreatif Berbasis Budaya Populer. *Jurnal INAKOS*, 6, 19–28.

Artikel dalam Jurnal, Majalah, atau Surat Kabar:

- Abadi, P. (2016). *Muslim Traveller Solutions*. AMP Press.
- An Sun Geun, A. (2014). *Carilah Ilmu Ke Negeri Korea (1st ed.)*. Mitra Wacana Media.
- Baskoro, R. M. (2017). Konseptualisasi dalam Gastro Diplomasi: Sebuah Diskusi Kontemporer dalam Hubungan Internasional. *Jurnal Insignia*, 4.
- Cummings, M. C. (2003). *Cultural diplomacy and the united states government: a survey*.
- Department, S. R. (2021). *Korean Food Popularity in Indonesia 2019*. Statista Research Department.
- Dewi, R. T. (2019). *Gastrodiplomasi Jepang di Indonesia melalui Program Halal Food Project*.
<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/28051/A.COVER.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Effendy, O. U. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Remaja Rosdakarya.
- Fahmi, I. (2010). *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan solusi*. Alfabeta.
- Fartiannur, Y. (2018). Kepentingan Thailand Dalam Melakukan Gastrodiplomacy Melalui Kitchen of the World. *Jurnal Ilmu Hubungan Intenasional Unmul*, 1575.
- Habibah Ilmi, K. (2021). *Kebijakan Muslim Friendly Tourism oleh Pemerintah Korea Selatan 2015-2019*. https://eprints.upnyk.ac.id/29133/1/151170107KunnyHabibahIlmi_SKRIPSI.pdf
- Hijrani, D. (2019). Strategi Korea selatan dalam Mengimplementasikan Kebijakan Halal Food. *Universitas Muhammadiyah Malang*.
- Husein, M. R. (2019). *Gastrodiplomasi Thailand melalui Pembukaan Gera-Gerai*

- Thai Tea di Indonesia*. <http://repository.unpas.ac.id/46365/>
- Hyo-Gee, L. (1997). *A History of Traditional Korean Alcoholic Drinks*. Moonhwa Printing Co.
- Indriantoro, N., & Supono, B. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE Yogyakarta.
- Iswati, S. (2019). STRATEGI KOREA SELATAN DALAM PROMOSI KOREAN HALAL FOOD DI INDONESIA TAHUN 2015. *EJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 7, 462. [http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/02/pdf_eJournal_Ilm_Hubungan_Internasional_SRI_fix_02-19-19-02-18-23\).pdf](http://ejournal.hi.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/02/pdf_eJournal_Ilm_Hubungan_Internasional_SRI_fix_02-19-19-02-18-23).pdf)
- J, C. N. (2013). *CPD Perspective on Public Diplomacy: Lesson from the past*. Figueroa Press.
- Ja, S., & Ja, H. (2008). *Sul, Minuman Kita yang Indah*. Doseo.
- JETRO. (2013). *Serving Japanese Food to the World*.
- Jong-Ho, J. (2010). *Kesalahan Fatal Saat Minum Sul*. <https://www.hankooki.com/>
- Jun-man, K. (2006). *Budaya Minim-Minuman Beralkohol*. Jun-Man Kang, 2006.
- KOTLER, P., WONG, V., SAUNDERS, J., & ARMSTRONG, G. (2004). *Principles of Marketing : Eroupean Edition (4th ed.)*. Prentice Hall.
- Lamont, C. (2015). *Research Methods In International Relations*. SAGE.
- Leonardo, M. (2002). *Public Diplomacy*.
- Manafe, I. N. (2019). *Pemberian Sertifikasi Halal Disebut Masih Kewenangan MUI*.
- Mellisen, J. (2005). *The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relation*. Palgrave Macmillan.
- Meter, W. (2022). *Countries in the world by population*. World Meter.
- Mubarok, F. K., & Muhammad, K. I. (2020). Halal Industry in Indonesia : Challenges and Oppourtunity. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/5856>
- Muljabar, H. (2019a). *Gastrodiplomasi Halal Food Korea Selatan di Indonesia Melalui Penggunaan Food 2013-2018*.
- Muljabar, H. (2019b). GASTRODIPLOMASI HALAL FOOD KOREA SELATAN DI INDONESIA MELALUI PENGGUNAAN HALAL FOOD

- 2013-2018. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.*
- Muslimah, F. (2017). *LPPOM MUI Gelar Pelatihan Jaminan Halal di Korea Selatan.* LPPOM MUI Gelar Pelatihan Jaminan Halal di%0AKorea Selatan
- Nafisah, S. M. (2018). *Representasi Halal Food dalam Drama Lunch Box di Youtube.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Naufal, V. (2020). *Gastrodiplomasi Korea Selatan di Indonesia melalui Program Korean Cuisine to the World untuk Meningkatkan Nation Branding.* <https://library.universitaspertamina.ac.id/xmlui/handle/123456789/835>
- Paraswati, R. (2017). Labelisasi K-Food Halal dalam Pasar Pangan Indonesia. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,* 2. [http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/12282/JURNAL_HI_20130510221-Ramita Paraswati.pdf?sequence=10&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/12282/JURNAL_HI_20130510221-Ramita%20Paraswati.pdf?sequence=10&isAllowed=y)
- Pham, M. J. (2013). Food as Communication : A Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy. *Journal of International Service, School of International Service,* 10.
- Pham, M. J. A. (2013). Food as Communication a Case Study of South Korea's Gastrodiplomacy. *Journal of International Service,* 1.
- Pratiwi, F. (2015). *Korea Selatan Segera Operasikan RPH Halal.*
- Pratiwi, F. (2017). *IHW Nilai Korsel Makin Serius Ekspor Produk Halal ke Indonesia.*
- Rahman, B. (2012). *Diplomasi Hip Hop Sebagai Diplomasi Budaya Amerika Serikat. Univ. Indones.*
- Reuters, T. (2015). *State of the Global Islamic Economy Report 2015/2016.*
- Rismawati. (2011). Budaya Minum Sul dalam Kehidupan Sosial masyarakat Indonesia. *Universitas Indonesia.*
- Safitri, J. (2021). *Gastrodiplomasi Korea Selatan melalui Halal Food di Indonesia Periode 2015-2016.*
- Sarajwati, M. (2020). *Fenomena Korean Wave di Indonesia.* EGSAUGM. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia/>
- Sari, I. C. (2013). *Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional.* 1–14.
- Sprinz, D. F. (2002). *Case, Numbers, and Models: International Research and Methods.* University of Michigan Press.
- Suhartini. (2015). *TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN MAKANAN KHAS KOREA DI SILLA RESTAURANT YOGYAKARTA.* 51.

https://eprints.uny.ac.id/29367/1/Suhartini_13511247016.pdf

- Suprpto. (2015). *K-food Festival 2015 Perkenalkan Beragam Makanan Korea*.
- Tamamy, C. A. H. A. (2018). *Strategi Nation Branding Korea Selatan Melalui Program Gastrodiplomasi Hansik: Korean Cuisine to the World di tahun 2009-2017*. [http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10295/1/CHAIDR AL HAKIEM AT TAMAMY.pdf](http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10295/1/CHAIDR_AL_HAKIEM_AT_TAMAMY.pdf)
- Wang, J. (2006). Public Diplomacy and Global Business. *The Journal of Business Strategy* 27, 3.
- Yudika, C. (2019). *STRATEGI GASTRODIPLOMASI KOREA SELATAN DALAM Mendukung Kepentingan Nasional Tahun 2012-2016*. Fisip Universitas Lampung.
- Yulliana, E. A. (2021). *Gastrodiplomasi Taiwan Melalui Pembukaan Gerai-Gerai Bubble Tea di Indonesia*. <http://repository.upnjatim.ac.id/2425/>

Website:

- Asrofi, M. Z. (2021). *TREND BUDAYA K-POP DI KALANGAN REMAJA INDONESIA: BTS MEAL HINGGA FANATISME*. EGSA UGM. <https://egsa.geo.ugm.ac.id/2021/12/21/trend-budaya-k-pop-di-kalangan-remaja-indonesia-bts-meal-hingga-fanatisme/>
- Astutik, Y. (2019). *Penjualan Bubble Tea Lewat GrabFood Naik 31 Kali Lipat*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190430132514-37-69686/penjualan-bubble-tea-lewat-grabfood-naik-31-kali-lipat>
- aT Korea Agro-Fisheries and Food Trade Corporation. (n.d.). *aT Vision*. <https://www.at.or.kr/contents/apen313000/view.action>
- Ayuningtyas, N. (2019). *Patut Dicoba, 8 Kuliner Indonesia Ini Mirip Makanan Korea*. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/3883324/patut-dicoba-8-kuliner-indonesia-ini-mirip-makanan-korea>
- BPS. (2019). *Statistik Perdagangan Luar Negeri Impor 2019 Jilid I*. [https://www.bps.go.id/publication/2020/05/08/ee6fa5d25db1f447cce06c8b/statistik-perdagangan-luar-negeri-impor-2019-jilid-i.html#:~:text=Impor Indonesia pada 2019 mencapai,452%2C1 juta\).](https://www.bps.go.id/publication/2020/05/08/ee6fa5d25db1f447cce06c8b/statistik-perdagangan-luar-negeri-impor-2019-jilid-i.html#:~:text=Impor Indonesia pada 2019 mencapai,452%2C1 juta).)
- CEICDATA. (2022). *South Korea Visitor*. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/korea/visitor-arrivals.%0A%0A>
- Centre, T. R. I. S. S. (2022). *Ten Countries With the World's Largest Muslim Population*. <https://rissc.jo/>.
- Chatime. (2021). *CHATIME HALAL! GAK PERLU KHAWATIR, KARENA SUDAH ADA SERTIFIKAT HALAL DARI MUI*.

<https://chatime.co.id/news/chatime-halal-dari-mui>

- Civilita. (2015). *Perusahaan Korea Kejar Sertifikasi Halal*.
<https://civilita.com/demi-pasarindonesia-perusahaan-korea-kejar-sertifikasi-halal/>
- CNN. (2017). *Importir Samyang PT Korinus Nyatakan Produknya Halal*.
<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20170621222154-293-223416/importir-samyang-pt-korinus-nyatakan-produknya-halal>
- CNN. (2019). *Deretan Kuliner Yang Populer sepanjang 2019*.
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20191224142356-%0A262-459638/-kuliner-yang-populer-sepanjang-2019%0A>
- CNN. (2022a). *Ma'ruf Amin soal Produk Halal: Produsennya Justru China-Korea Selatan*.
- CNN. (2022b). *Mengenal Makgeolli, Minuman Alkohol Korea Selatan Selain Soju*.
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20220731103810-269-828323/mengenal-makgeolli-minuman-alkohol-korea-selatan-selain-soju>
- Databoks. (2019). *Jumlah Penduduk Indonesia Menurut Agama (2010-2050)*.
Databoks.
- Databoks. (2021). *Persentase Pemeluk Agama/Kepercayaan di Indonesia (Juni 2021)*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Detik Food. (2021). *5 Kuliner Babi khas Korea, Ada Babi Panggang dan Sup Tulang Babi*.
<https://food.detik.com/info-kuliner/d-5706559/5-kuliner-babi-khas-korea-ada-babi-panggang-dan-sup-tulang-babi>
- DUKCAPIL. (2021). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Emeria, D. C. (2022). *RI Jadi Raja Mi Instan di Dunia, Begini Ceritanya*. CNBC Indonesia.
<https://www.cnbcindonesia.com/news/20220125060444-4-310096/ri-jadi-raja-mi-instan-di-dunia-begini-ceritanya>
- Gyu, K. T. (2011). *K-food to be next big thing in Korean wave*. The Korean Times.
http://www.koreatimes.co.kr/www/news/biz/2011/09/123_95576.html
- Handayani, I. (2021). *Chatime Bakal Miliki 400 Gerai Akhir 2021*.
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/828693/chatime-bakal-miliki-400-gerai-akhir-2021>
- Hee, L. S. (2009). *Budaya Minum Sul: Budaya Minum Minuman Beralkohol Korea dan Dunia*.

<http://www.dtnews24.com/news/articleView.html?idxno=71322>

Hikam, H. A. Al. (2019). *RI Kebanjiran Teh Impor dari Thailand*. Deyik Finance. <https://finance.detik.com/industri/d-4466002/duh-ri-kebanjiran-teh-impor-dari-thailand>

Hyo-Sik, L. (2015). *aT Leads in Boosting Halal Food Exports*. Koreann Times. https://www.koreatimes.co.kr/www/tech/2022/08/419_176185.html?utm_source=fa

Jayani, D. H. (2022). *Jumlah Penduduk Negara G20 (2020)*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/jumlah-penduduk-indonesia-ke-4-terbanyak-di-negara-g20>

JDIH BPK RI. (1999). *Peraturan Pemerintah (PP) No. 69 Tahun 1999 Label Dan Iklan Pangan*. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/54404>

Kementerian Perindustrian. (2016). *Perkembangan Ekspor Kelompok*. https://kemenperin.go.id/statistik/subsektor_negara.php

Kementerian dalam Negeri Republik Indonesia. (2020). *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 91 Tahun 2019 Tentang Petunjuk Teknis Pelaksanaan Kegiatan Dekonsentrasi Bidang Perdagangan Tahun Anggaran 2020-2022*.

KFPI. (2017). *Foreign Consultative Groups*.

Korean.net. (2016). *Religion*. Korean.Net.

Korean Cultural Center. (2022). *Korean Wave*. <https://id.korean-culture.org/id/487/board/233/list>

Korean Culture and Informaytion Service. (2011). *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korean Culture and Informaytion Service Ministry of Culture, Sports and Tourism.

Korean Tourism Organization. (2016). *Muslim Friendly Restaurant in Korea*.

KTO. (2021). *Hidangan yang Wajib Dikonsumsi di Korea Selatan*. <https://www.visitkorea.or.id/article/hidangan-yang-wajib-dikonsumsi-di-korea-selatan>

Kumparan Food. (2018). *Tak Perlu ke Korea, 5 Toko di Jakarta Ini Sediakan Kimchi Khas Korea*. kumparan: <https://kumparan.com/@kumparanfood/tak-perlu-ke-korea-5-toko-dijakarta-ini-sediakan-kimchi-khas-korea>

Lipka, M. (2017). *Muslims and Islam: Key findings in the U.S. and around the world*. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/08/09/muslims-and-islam-key-findings-in-the-u-s-and-around-the-world/>

- LPPOM MUI. (2020). *Fatwa MUI*. <https://www.halalmui.org/mui14/>
- Mahkamah Konstitusi Republik Indonesia. (2021). *Sekularisme dalam Konstitusi Beberapa Negara*. <https://www.mkri.id/index.php?page=web.Berita&id=17579>
- Mediani, M. (2017). *Mi Samyang U-Dong dan Kimchi Masih Beredar di Surabaya*. CNN. <https://www.cnnindonesia.com/nasi1aonal/20170620074559-20-222921/mi-samyang-u-dong-dan-kimchi-masih-beredar-di-surabaya>
- Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea. (2015). *Hallyu : Gelombang Korea*. Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea.
- Mujigae. (2020). *Halal Certificate*. <https://www.mujigae.com/our-specialty?rq=halal>
- Mustinda, L. (2016). *Wisatawan Muslim Meningkat, Produk Makanan Halal Makin Mudah Didapat di Korea Selatan*. Detik Food. <https://food.detik.com/info-halal/d3177369/wisatawan-muslim-meningkat-produk-makanan-halal-makinmudah-didapat-di-korea-selatan%0D>
- Mustinda, L. (2020). *Ini Drama dan Film Korea Tentang Makanan yang Bisa Bikin Perut Lapar*. Detik Food. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5144593/ini-drama-dan-film-korea-tentang-makanan-yang-bisa-bikin-perut-lapar>
- Priyambodo, U. (2021). *Kenapa Daging Perut Babi Begitu Digilai oleh Orang-orang Korea?* National Geographi Indonesia. <https://nationalgeographic.grid.id/read/132929439/kenapa-daging-perut-babi-begitu-digilai-oleh-orang-orang-korea?page=all>
- Setyanti, C. A. (2016). *Dalam Sehari, 9.210 Bungkus Mi Samyang Terjual di Indonesia*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161015060604-262-165660/dalam-sehari-9210-bungkus-mi-samyang-terjual-di-indonesia>
- Setyanti, C. A. (2017). *Menelusur Riwayat dan Perjalanan “Hidup” Sushi*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170324205038-262-202671/menelusur-riwayat-dan-perjalanan-hidup-sushi>
- So, W. (2020). *Distribution of K-pop views on YouTube Worldwide as of June 2019, by country*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1106704/south-korea-kpop-youtube-views-by-country> pada 12 September 2020
- Soul Eats. (2014). *Korean Food Story: Pork Belly*. <https://www.seouleats.com/2014/11/korean-food-story-pork-belly.html>
- The Korean Herald. (2018). *Over 33,000 Korean restaurants across the world*.

<http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20180125001000>

Thomson Reuters. (2017). *State of the Global Islamic Economy Report 2017/18*.
https://ded.ae/DED_Files/5-SGIE-Report_f3_DIGITAL_1511796669.pdf

Trunkos, J. (2013). *WHAT IS SOFT POWER CAPABILITY AND HOW DOES IT IMPACT FOREIGN POLICY?* 4. 4.

Unilever. (2022). *Tradisi minum teh orang Indonesia*.
<https://www.unileverfoodsolutions.co.id/id/inspirasi-chef/teh-dan-bisnis-kuliner/tradisi-minum-teh-orang-indonesia.html>

Universitas Indonesia. (2017). *Memahami Kunci Kemajuan Korea Selatan*.
Universitas Indonesia.

Visit Korea. (2020). *Kategori Restoran Ramah Muslim*.
https://www.visitkorea.or.id/halal_restaurant?sort=4&cat=halal-certified%2Cmuslim-friendly&page=22