

DAFTAR PUSTAKA

- Adhi, G. (2020, February 8). *Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Retrieved from Tripven: <https://www.tripven.com/penelitian-deskriptif-kualitatif/>
- Alunaza, H. (2017). *Diplomasi Kuliner - Sarana Pencapaian Kepentingan Nasional*. Retrieved June 30, 2021, from Reviewnesia.com: <https://reviewnesia.com/diplomasi-kuliner-kepentingan-nasional/>
- Anggraeni, V. A. (2019). *Ternyata Orang Perancis Suka Makanan Indonesia*. Retrieved from OPINI: <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2019/08/25/ternyata-orang-perancis-suka-makanan-indonesia>
- Anggraeni, V. A. (n.d.). *Ternyata Orang Perancis Suka Makanan Indonesia*.
- Anggraeni, V. A. (n.d.). *Ternyata Orang Prancis Suka Makanan Indonesia*.
- Anholt, S. (2005). *Three interlinking concepts: Intellectual Property, Nation Branding and Economic*. Geneva: WIPO International Seminar on Intellectual Property and Development,.
- Anindya, A. M. (2013, October 11). *Kekuatan Nasional Dalam Konsep Hubungan Internasional*. Retrieved from DSI Unair: [http://afra-monica-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-85218-Pengantar%20Ilmu%20Hubungan%20Internasional%20\(SOH.101\)-Kekuatan%20Nasional%20dalam%20Konsep%20Hubungan%20Internasional.html](http://afra-monica-fisip13.web.unair.ac.id/artikel_detail-85218-Pengantar%20Ilmu%20Hubungan%20Internasional%20(SOH.101)-Kekuatan%20Nasional%20dalam%20Konsep%20Hubungan%20Internasional.html)
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara 2018*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Baskoro. (2017). *Cerita Restoran Indonesia di Paris, Cerita tentang Anita Sobron Aidit*. Retrieved from Catatan Baskoro: <https://catatanbaskoro.wordpress.com/2017/03/05/cerita-restoran-indonesia-di-paris-cerita-tentang-anita-sobron-aidit/>
- Baskoro, R. (2017). Konseptualisasi dalam Gastrodiplomasi: Sebuah Diskusi dalam Hubungan Internasional. *Jurnal INSIGNIA*, 8.
- Basoni, S. (2018). *Ini 5 Ikon Kuliner Indonesia yang Bisa Dipromosikan ke Mancanegara*. Retrieved from Detik ID: <https://food.detik.com/info-kuliner/d-3962142/ini-5-ikon-kuliner-indonesia-yang-bisa-dipromosikan-ke-mancanegara>
- BeritaSatu. (2011). *Besarnya Potensi Kuliner Indonesia*. Retrieved from Berita Satu: <https://www.beritasatu.com/archive/21928/besarnya-potensi-kuliner-indonesia>
- Bisnis.com. (2020, October 22). *Indonesia Promosi Produk Lokal dan Gastronomi di Paris*. Retrieved June 22, 2021, from Bisnis.com: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201022/12/1308544/indonesia-promosi-produk-lokal-dan-gastonomi-di-paris>

- Bobby, G. (2021). *Gastrodiplomasi Indonesia di Perancis*. Retrieved from PATA Indonesia Daily News: <http://patadaily.id/2021/05/06/gastrodiplomasi-indonesia-di-perancis/>
- Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2002). Policy, Support and Promotion for Food-Related Tourism Initiatives. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 91.
- CEIC. (2017). *Prancis Kunjungan Wisatawan*. Retrieved June 22, 2021, from CEIC: <https://www.ceicdata.com/id/indicator/france/visitor-arrivals>
- CNN Indonesia. (2017). *Rendang & Nasi Goreng Dipilih Jadi Makanan Terenak di Dunia*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170715172743-307-228130/rendang-nasi-goreng-dipilih-jadi-makanan-terenak-di-dunia>
- CNN Indonesia. (2017). *Rendang & Nasi Goreng Dipilih Jadi Makanan Terenak di Dunia*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://m.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170715172743-307-228130/rendang-nasi-goreng-dipilih-jadi-makanan-terenak-di-dunia>
- Creswell, J., & Creswell, D. (2018). *Research Design*. California: SAGE.
- Dinisari, M. C. (2015, April 8). *Orang Prancis Doyan Kuliner Khas Indonesia*. Retrieved July 1, 2021, from Breaking News: <https://traveling.bisnis.com/read/20150408/223/420346/orang-prancis-doyan-kuliner-khas-indonesia>
- Dinnie, K. (2015). *Nation branding: Concepts, issues, practice*. London: Routledge.
- Dr.A.B.Susanto. (2021, April 7). Wawancara dengan Dewan Pembina IGA. (R. N. Fitriani, Interviewer)
- Erwindo, C. W. (2018). Efektifitas Diplomasi Budaya Dalam Penyebaran Anime Dan Manga Sebagai Nation Branding Jepang. *Jurnal Analisis Hubungan Internasional*, 66-78.
- Fathun, L. M. (2016). Paradiplomasi Menuju Kota Dunia: Studi Kasus Pemerintah Kota Makassar. *Indonesian Perspective*, 76.
- Fatiannur, Y. (2018). KEPENTINGAN THAILAND DALAM MELAKUKAN GASTRODIPLOMACY MELALUI KITCHEN OF THE WORLD. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*.
- Gracya, A. F. (2021). Strategi Gastrodiplomacy Thailand Untuk Mengubah Image Melalui Kitchen Of The World Tahun 2003-2010.
- Gual, M. (2020). *Gastrodiplomasi RI: Saat rendang kalah pamor dibanding kimchi dan tom yam*. Retrieved from Line Today: <https://today.line.me/id/v2/article/PDLPYI>
- Hennida, C. (2009). Diplomasi publik dalam politik luar negeri. *Journal Unair: Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, 17-23.
- IISAUC. (2020, May 17). *Peran Gastrodiplomacy dalam Memperkuat Hubungan Diplomasi Indonesia dengan Negara Lain*. Retrieved June 30, 2021, from IISAUC:

<https://www.iisau.org/2020/05/17/peran-gastrodiplomacy-dalam-memperkuat-hubungan-diplomasi-indonesia-dengan-negara-lain/>

- Indonesia, M. (2016, February 26). *Indonesia Buka Kantor Pariwisata di Paris*. Retrieved June 22, 2021, from Medcom.id: <https://www.medcom.id/internasional/eropa/wkBRODgk-indonesia-buka-kantor-pariwisata-di-paris>
- Jackson, R., & Sorensen, G. (2013). *Introduction to International Relations: Theories and Approaches, Fifth Edition*. New York: Oxford University Press.
- K, A. A., Abhiyoga, N., & Hartoni. (2019). Upaya Diaspora Indonesia Di Amerika Serikat Dalam Meningkatkan Brand Awardness Melalui Food Festival. *Mandala: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 205-221.
- Kabare.id. (2019). *Kisah Gadis Borneo Buka Restoran di Paris*. Retrieved from Kabare.id: <https://kabare.id/berita/kisah-gadis-borneo-buka-restoran-di-paris>
- Kaneva, N. (2011). Nation branding: Toward an agenda for critical research. *International journal of communication*, 25.
- Kaunang, M. I. (2021, April 27). Sejarah Restoran Borneo a Paris. (R. N. Fitriani, Interviewer)
- Kemenparekraf. (2017). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata 2017*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Kemenparekraf. (2018). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata 2018*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Luar Negeri RI. (2019). *Rencana Strategis 2015 - 2019*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri RI.
- Kompas.com. (2020). *Tujuan Bangsa Eropa Datang ke Indonesia*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/11/170000169/tujuan-bangsa-eropa-datang-ke-indonesia?page=all>
- Kreatif, K. P. (2017). *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata 2017*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kumala, R., & Priadarsini, R. (2018). PERAN NON-STATE ACTORS DALAM GASTRODIPLOMACY INDONESIA MELALUI UBUD FOOD FESTIVAL. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 8.
- Kurniawan, A. A., Abhiyoga, N., & Hartoni. (2019). Upaya Diaspora Indonesia Di Amerika Serikat Dalam Meningkatkan Brand Awardness Melalui Food Festival. *Mandala: Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 205-221.
- Mandiri, A. (2016, April 2). *Promosi Pariwisata Melalui Wonderful Indonesia*. Retrieved June 25, 2021, from Suara.com: <https://www.suara.com/lifestyle/2016/04/02/194548/promosi-pariwisata-melalui-wonderful-indonesia>
- Mary, M., & Misiani, M. P. (2017). Applying Anholt's National Branding Model: The Case of Kenya. *Business and Economics Journal*, 2.

- Melati, N. K. (2019, 11 23). *Mengapa Mereka Lebih Memilih Pindah Saja ke Luar Negeri?* Retrieved July 8, 2021, from Deutsche Welle: <https://www.dw.com/id/mengapa-mereka-lebih-memilih-pindah-saja-ke-luar-negeri/a-49523292>
- Melisa. (2018, June 15). *Restoran Djakarta Bali, Secuil Cita Rasa Indonesia di Paris*. Retrieved June 19, 2021, from Travelingyuk.com: <https://travelingyuk.com/restoran-djakarta-bali/101080>
- Moleong, L. (2004). *Metodelogi Penelitian*. Bandung: Penerbit Remaja Rosdakarya.
- Muhidin, S., & Utomo, A. (2015). Global Indonesian: How many there and where are they? *Journal of ASEAN Studies*, 96.
- Naufanita, H., Yudono, R. M., & Soejipto, A. (2018). Analisis Wacana Diaspora Indonesia: Tinjauan Konseptual Dalam Hubungan Internasional. *Jurnal Kajian Wilayah*, 9.
- News, J. (2018). *Jejak Kelam Soeharto di Resto Djakarta Bali*. Retrieved from Jayakartanews.com: <https://jayakartanews.com/jejak-kelam-soeharto-di-resto-djakarta-bali/>
- Nugroho, R. A. (2019, April 18). *7 Rempah Khas Indonesia Ini Diekspor dengan Harga Selangit*. Retrieved June 25, 2021, from Liputan 6: <https://hot.liputan6.com/read/3944970/7-rempah-khas-indonesia-ini-diekspor-dengan-harga-selangit>
- Nurarbani, N. N. (2017). Upaya Thailand Menggunakan Halal Food Sebagai Soft Power. *Jurnal Hubungan Internasional*, 3.
- Nye, J. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 94-109.
- Peggy. (2015, January 7). *Alasan Perancis Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan Dunia*. Retrieved June 22, 2021, from Pegipegi.com: <https://www.pegipegi.com/travel/ini-alasan-perancis-paling-banyak-dikunjungi-wisatawan-dunia/>
- Pratama, R., Widjajanta, B., & Razati, G. (2017). Co-Branding Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 9-14.
- Pujayanti, A. (2017). Gastrodiplomasi - Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia. *Politica*, 7.
- Purwasito, A. (2016). *Gastrodiplomacy Sebagai Penjuru Diplomasi Ekonomi Indonesia*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Ramadhan, K. (2020). Strategi Gastrodiplomasi Indonesia di Perancis Tahun 2018 - 2019. *Skripsi UIN Sunan Ampel Surabaya*, 66.
- Richards, G. (2015). Food Experience as Integrated Destination Marketing Strategy. *World Tourism Summit Paper*.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 81-95.
- Rockower, P. (2012). Recipes for gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 235-246.

- Seta, M. A. (2014, September 30). *Kepentingan Nasional Dalam Hubungan Internasional*. Retrieved from DSI Unair: http://mochamad-arya-seta-fisip14.web.unair.ac.id/artikel_detail-112208-Pengantar%20Hubungan%20Internasional-Kepentingan%20Nasional%20Dalam%20Hubungan%20Internasional.html
- Sitepu, P. A. (2011). *Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sri Rahayu, R. K. (2014). PERSEPSI NATIONAL BRANDING SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN KINERJA EKSPOR KE JEPANG DAN AUSTRALIA. *Jurnal Kementerian Perdagangan*, 7.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2003). *Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Susanto, A. (2021, April 17). Koordinasi Antar Aktor Gastrodiplomasi. (R. N. Fitriani, Interviewer)
- Tulus Warsito, W. K. (2007). *Diplomasi Kebudayaan Dalam Konsep dan Relevansi Bagi Negara Berkembang: Studi Kasus Indonesia*. Yogyakarta: Ombak.
- Ubaidullah, M. (2019). Ubaidullah, M. A. (2019). DAMPAK KEBIJAKAN PINTU TERBUKA (OPEN DOOR POLICY) TURKI BAGI PENGUNGGI SURIAH TERHADAP KEPENTINGAN NASIONAL TURKI TAHUN 2011-2016 (studi kasus pengungsi Suriah di Turki). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 4.
- Wibowo, A. (2016). *Kabar dari Prancis: Nuansa Lebaran di Restoran Pejuang Indonesia*. Retrieved from Bola.com: <https://www.bola.com/dunia/read/2547140/kabar-dari-prancis-nuansa-lebaran-di-restoran-pejuang-indonesia>
- Widiarso, R. N. (2019, April 22). *Menduniakan Kuliner Nusantara Melalui UU Pemajuan Budaya*. Retrieved June 25, 2021, from Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/rikobegawan/5cbd90face528338d41edc93/menduniakan-kuliner-nusantara-melalui-uu-pemajuan-kebudayaan?page=all#sectionall>
- Wordpress. (2016, July 13). *Kuliah Prancis*. Retrieved from Wordpress: <https://kuliahprancis.wordpress.com/2016/07/13/sejarah-singkat-paris-1/>
- Yani, Y. M., & Lusiana, E. (2018). SOFT POWER DAN SOFT DIPLOMACY. *Jurnal TAPIs*, 49-50.
- Yasmin, P. (2020, Juni 20). *Apa itu Wonderful Indonesia? Makna Logo dan Sejarah*. Retrieved Juni 18, 2021, from Selasar.com: <https://www.selasar.com/wonderful-indonesia/>
- Zhang, J. (2015). The Food of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy. *International Journal of Communication*, 47.
- Zulfikar, M. (2020). *Masakan Tradisional Indonesia Berpotensi Sebagai Kuliner Internasional*. Retrieved from Antara News: <https://www.antaraneews.com/berita/1787249/masakan-tradisional-indonesia-berpotensi-sebagai-kuliner-internasional>