

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al Aziz, A. (2013). *Hallyu: Sarana Peningkatan Daya Tarik Korea*. Yogyakarta: Pusat Studi Korea Universitas Gajah Mada.
- BPS. (2022). *Statistik Wisatawan Nasional: Outbound Tourism Statistics*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Choi, B.-Y. (2020). *Current Tourism Trends in South Korea: A SWOT Analysis*. Alicante: Universidad de Alicante, Departamento de Filología Inglesa.
- Choi, K.-j. (2019). *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*. Los Angeles: Figueroa Press.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Daffa, A. (2018). *Implikasi Penyelenggaraan Miss Universe 2016 Terhadap Nation Branding Filipina Sebagai Negara Tujuan Wisata Internasional Pada Tahun 2017*. Diakses pada 1 Oktober 2023 pukul 17.00 WIB, dari Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Syarif Hidayatullah: <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/42795>
- Dinne, K. (2022). *Nation Branding: Concepts, Issues, Practice (3ed)*. New York: Routledge.
- Ganesha, M. E. (2023). *Diplomasi Digital Korea Selatan Dalam Mempromosikan Sektor Pariwisata Melalui Konten Virtual Travel di Youtube Korea Tourism Organization Jakarta Tahun 2020-2021*. Diakses pada 5 Mei 2024 pukul 17.00 WIB, dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta: <https://repository.upnvj.ac.id>
- Harnifah, N. (2023). *Diplomasi Publik Pariwisata Indonesia Melalui Nation Branding 'Wonderful Indonesia' Dalam Meningkatkan Jumlah Wisatawan Jepang Periode 2021-2022*. Diakses pada 5 Mei 2024 pukul 17.15 WIB, dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta: <https://repository.upnvj.ac.id>
- Huijgh, E. (2016). *Public diplomacy. The SAGE Handbook of Diplomacy*. London: Sage.
- Korea Tourism Organization. (2014). *Imagine Your Korea Brand Book*. South Korea: Korea Tourism Organization.

- MCST. (2019). *2019 International Visitor Survey*. Diakses pada 29 September 2023 pukul 15.00 WIB, dari MCST South Korea: <https://kto.visitkorea.or.kr/file/download/bd/a7cbdfa5-ac62-11ea-8847-e3a3d34471d5.pdf.kto>.
- Melissen, J., & Sohn, Y. (Eds.). (2015). *Understanding public diplomacy in East Asia: Middle powers in a troubled region*. New York: Palgrave Macmillan.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. California: SAGE Publications, Inc.
- Moleong, J. L. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puspitasari, R. W. (2018, Agustus 27). *Dukungan Pemerintah Korea Selatan Terhadap "Korean Wave" Di Indonesia Pada Tahun 2005-2015*. Diakses pada 20 Maret 2024 pukul 21.00 WIB, dari UMY Repository: <http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21146>
- Rachmawati, I. (2021). *The Soft Power of South Korea*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ramadhania, K. (2023). *Kebijakan Special Strategic Partnership Korea Selatan Terhadap Hubungan Bilateral Dengan Indonesia di Bidang Sosial dan Budaya Tahun 2020-2022*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Salsabila, A. (2021). *Kerjasama Ikea - Indonesia pada Perkembangan Industri Manufaktur Lokal*. Diakses pada 22 November 2023 pukul 14.00 WIB, dari Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta: <https://repository.upnvj.ac.id>
- Seung yeon, H. (2022). *Global shift in the tourism industry policy before and after the COVID-19 pandemic*. Diakses pada 29 Agustus 2023 pukul 13.00 WIB, dari KDI School of Public Policy and Management: <https://archives.kdischool.ac.kr/handle/11125/44740>
- Snow, N. (2020). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Routledge.
- Szondi, G. (2008). *Public diplomacy and nation branding: Conceptual similarities and differences*. Den Haag: Clingendael Institute.

- Utama, B. K. (2022). *Diplomasi Kebudayaan Korea Selatan Di Indonesia Melalui Komunitas Sahabat Korea Periode 2019-2021*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Wibawa, A. K. (2023). *UPAYA DIPLOMASI BUDAYA KOREA SELATAN MELALUI KOREA TOURISM ORGANIZATION (KTO) JAKARTA PERIODE 2017-2022*. Jakarta: UPNVJ.
- World Economic Forum. (2022). *Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future*. Geneva: World Economic Forum.
- World Economic Forum. (2024). *Travel & Tourism Development Index 2024*. Geneva: World Economic Forum.
- World Travel & Tourism Council. (2021). *Global Economic Impact and Trends 2021*. London: World Travel & Tourism Council.
- Youna, K. (2013). *The Korean Wave: Korean Media Go Global*. New York: Routledge.

Artikel Jurnal

- Anholt, S. (2013). Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*, Vol. 2, 6-12.
- Asrori, Y. W., & Supriadianto. (2019). Hallyu dan Pengaruhnya pada Perkembangan Objek Wisata Tematik Korea Selatan. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 76-86.
- Bahari, G. B. (2023). UPAYA PEMULIHAN PARIWISATA KOREA SELATAN DARI PANDEMI COVID 19. *Journal of International Relations*, 42-60.
- Baranowski, S., Covert, L. P., Gordon, B. M., Jobs, R. I., Noack, C., Rosenbaum, A. T., et al. (2019). Discussion: Tourism and Diplomacy. *Journal of Tourism History*, 63-90.
- Baum, T., & Hai, N. T. (2020). Hospitality, Tourism, Human Rights and the Impact of Covid-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2397-2407.
- Carbone, F. (2017). International tourism and cultural diplomacy: A new conceptual approach towards global mutual understanding and peace

through tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(1), 61-74.

- Damayanti, T., Dida, S., Hidayat, D. R., & Cho, S. K. (2022). Nation brand image and trust level of foreign citizens. *Profesi Humas, Volume 7, No. 1*, 1-16.
- Dinne, K. (2009). Repositioning the Korea Brand to a global audience: challenges, pitfalls and current strategy. *Korea Economic Institute of America*, 1-7.
- Fan, Y. (2010). Branding the nation: Towards a better understanding. *Place branding and public diplomacy*, 6(2), 97-103.
- Gurgu, E., & Cociuban, A. D. (2016). The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization. *Annals of Spiru Haret University, Economic Series*, 7(2), 125-143.
- Gurung, K. (2021). The outbreak of COVID-19 and its impact in South Korea's tourism: A hope in domestic tourism. *Journal of Applied Sciences in Travel and Hospitality*, 4(1), 1-8.
- Hennida, C. (2009). Diplomasi Publik dalam Politik Luar Negeri. *Journal Unair: Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 22(1), 17-23.
- Hong, K. (2014). Nation Branding of Korea. *Cultural Policies in East Asia*, 69-84.
- Hyeonseock, K. (2017). STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PROVINSI GYEONGGI DI KOREA SELATAN UNTUK MENARIK WISATAWAN INDONESIA. *JUMPA 3 (2)*, 284-301.
- Jarlis, A. Q., Djumala, D., & Rezasyah, T. (2022). Feel the Rhythm of Korea: South Korea Digitalized Nation Branding in Promoting Tourism Towards Indonesia. *Jurnal Sositologi*, 230-241.
- KOFICE. (2022). 2022 Survey on Overseas Hallyu Status: A Deep Dive Into Hallyu in Indonesia. *Global Hallyu Issue Magazine*, 1-23.
- Krasnokutskiy, P. A., Kulchittskij, A. V., Perova, T. V., Bystrova, N. V., & Khizhnaya, A. V. (2016). The Main Trends and Prospects of Development of International Tourism. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(8), 257-262.
- MCST. (2020). *Korea's policy responses to COVID-19 Building resilience for the cultural sector*. South Korea: MCST Republic of Korea.

- Nidatya, N., Konety, N., & Akim. (2023). South Korea's Public Diplomacy Towards Indonesia In Developing the Halal Industry. *Intermestic: Journal of International Studies*, 309-331.
- Nirwandy, N., & Awang, A. A. (2014). Conceptualizing Public Diplomacy Social Convention Culinary: Engaging Gastro Diplomacy Warfare for Economic Branding. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 325-332.
- Nye, J. S. (2008). Soft Power and Public Diplomacy. *The annals of the American academy of political and social science*, 94-109.
- Porte, T. L. (2012). *The Legitimacy and Effectiveness of Non-State Actors and the Public Diplomacy Concept*. Diakses pada 19 Oktober 2023 pukul 20.30 WIB, dari Public Diplomacy Theory and Conceptual Issues. ISA Annual Convention:
<http://files.isanet.org/ConferenceArchive/58816b94a39845d9a5b618ae52e7c80c.pdf>
- Prasetia, A. R. (2015). Nation Branding: Komunikasi (Kenegaraan) atau Komunikasi Pemasaran? *Communication and New Media Studies*, 1-21.
- Putri, F. A., Juned, M., & Kurniawan, A. (2021). Strategi Nation Branding Korea Selatan Melalui Imagine Your Korea Tahun 2016-2018. *Jurnal Education And Development*, 9(4), 669-676.
- Putri, S. G., Purnawan, N. R., & Suryawati, I. A. (2019). Hubungan Terpaan Iklan Imagine Your Korea Dengan Minat Berkunjung Masyarakat Denpasar. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*, 1-8.
- Rahmawati, I. N., & Lestari, Y. (2021). Promoting Indonesia's Tourism to China through Public Diplomacy during The Reign of President Joko Widodo. *Jurnal Ilmu Sosial*, 49-77.
- Saliu, H. (2020). Public Diplomacy and Related Concepts from the Perspective of Lasswell's Communication Model. *Jahr-European Journal of Bioethics*, 11(2), 357-376.
- Taehwan, K. (2012). Paradigm Shift in Diplomacy: A Conceptual Model for Korea's "New Public Diplomacy". *Korea Observer*, 527-555.
- Urazayeva, A. T. (2020). The Role of Public Diplomacy in Dialogue with Foreign Public. *Journal of Advanced Research in Law and Economics, Volume XI, Summer*, 4(50), 1433-1438.
- Volcic, Z., & Andrejevic, M. (2011). Nation Branding in the Era of Commercial Nationalism. *International Journal of Communication* 5, 598-618.

Yamin, M., & Kristiawan, A. (2020). Implementasi Konsep Nation Branding Anholt dalam Penyelenggaraan Asian Games Jakarta-Palembang 2018. *Indonesian Journal of International Relations*, 114-141.

Zaharna, R. S., & Uysal, N. (2016). Going for the jugular in public diplomacy: How adversarial publics using social media are challenging state legitimacy. *Public Relations Review*, 109-119.

Wawancara

Aziizah, B. S. (2024). *Wawancara Pribadi*. Korean Enthusiast.

Wawancara dengan pengikut akun instagram @ktoid. (2024). Arfah, F. S; Auliyah, N. H; Debora C; Diniati, A. W; Felani, B; Hafni; Indriyani, R; Joceline; Kevin; Lo, R; Permata, M; Putri, T; Riani; Salsabila; Sharleen, A; Sherren; Stella; Surahmat, L. K; Tyas, T; Wulandari.

HS Ad Company. (2023). *K-pop Campaign: Feel the Rhythm of Korea with BTS*. Diakses pada 14 Mei 2024 pukul 13.30 WIB, dari [hsad.co.kr: https://www.hsad.co.kr/eng/capability/info/bp_article/bp_vk_bts](https://www.hsad.co.kr/eng/capability/info/bp_article/bp_vk_bts)

Korea Tourism Organization. (2018). *Wawancara Eksklusif Presiden Korea Selatan Mr. Moon Jae In*. Diakses pada 28 Mei 2024 pukul 09.00 WIB dari [Korea Tourism Organization: https://www.visitkorea.or.id/article/wawancara-esklusif-presiden-korea-selatan-mr-moon-jae-in](https://www.visitkorea.or.id/article/wawancara-esklusif-presiden-korea-selatan-mr-moon-jae-in)

Website

Arirang News. (2020, April 24). *S. Korea tourism industry facing unprecedented crisis over prolonged impact of Covid-19*. Diakses pada 8 Mei 2024 pukul 13.00 WIB, dari [Arirang: https://youtu.be/OJpp2S6XgHA?si=WmVL8lvnbJr08pp7](https://youtu.be/OJpp2S6XgHA?si=WmVL8lvnbJr08pp7)

Assidiqi, A. Z. (2022, Agustus 3). *Ofisial Ansan Greeners Beberkan Hasil Penjualan Tiket di Indonesia Fans Day*. Diakses pada 4 Juni 4 2024 pukul 09.00 WIB, dari [Kumparan Bola: https://kumparan.com/kumparanbola/ofisial-ansan-greeners-beberkan-hasil-penjualan-tiket-di-indonesia-fans-day-1yaX4TEKN2d/full](https://kumparan.com/kumparanbola/ofisial-ansan-greeners-beberkan-hasil-penjualan-tiket-di-indonesia-fans-day-1yaX4TEKN2d/full)

Crossman, A. (2020, Februari 2). *An Overview of Qualitative Research Methods*. Diakses pada 20 November 2023 pukul 10.00 WIB, dari [ThoughtCo.: https://www.thoughtco.com/qualitative-research-methods-3026555](https://www.thoughtco.com/qualitative-research-methods-3026555)

detikTravel. (2022, Desember 4). *Syarat ke Korea Seperti Sebelum Pandemi, Banyak Kafe Baru*. Diakses pada 12 Mei 2024 pukul 15.00 WIB, dari

Lia Daryanti, 2024

DIPLOMASI PUBLIK KOREA SELATAN MELALUI IMAGINE YOUR KOREA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH WISATAWAN INDONESIA 2021-2023

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Hubungan Internasional
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

detikTravel: <https://travel.detik.com/travel-news/d-6442225/syarat-ke-korea-seperti-sebelum-pandemi-banyak-kafe-baru>

DiploFoundation. (2024, April 5). *Webinar digest: TV broadcasting and the impact of the CNN effect on diplomacy*. Diakses pada 23 Mei 2024 pukul 13.00 WIB, dari DiPLO: <https://www.diplomacy.edu/blog/webinar-digest-tv-broadcasting-and-impact-cnn-effect-diplomacy/>

Eun-Young, K., & Hayeon, K. (2022, Mei 31). *Tourism development index hits record-high ranking of 15th*. Diakses pada 22 Agustus 2023 pukul 09.00 WIB, dari Korea.net: <https://www.korea.net/NewsFocus/FoodTravel/view?articleId=215573>

Je-hae, D. (2010, Februari 1). *Korea Be Inspired Selected as New Tourism Slogan*. Diakses pada 1 Mei 2024 pukul 19.00 WIB, dari The Korea Times: https://www.koreatimes.co.kr/www/news/nation/2010/02/113_60112.html

Ji-hye, J. (2021, Maret 18). *'Feel the Rhythm of Korea' series planner earns presidential award*. Diakses pada 12 Mei 2024 pukul 16.00 WIB, dari The Korea Times: https://www.koreatimes.co.kr/www/culture/2024/04/135_305717.html

Kato, K. (2015, July 12). *South Korea suddenly not so attractive to tourists*. Diakses pada 6 Januari 2024 pukul 20.00 WIB, dari NIKKEI Asia: <https://asia.nikkei.com/Economy/South-Korea-suddenly-not-so-attractive-to-tourists>

KBRI Seoul. (2024). *Profil Negara dan Hubungan Bilateral*. Diakses pada 21 Mei 2024 pukul 08.00 WIB, dari Kementerian Luar Negeri: https://kemlu.go.id/seoul/id/pages/hubungan_bilateral/558/etc-menu

KCCI. (2022, Februari 23). *Pemutaran Film Dokumenter tentang K-Pop*. Diakses pada 29 Mei 2024 pukul 11.00 WIB, dari Korean Cultural Center: <https://id.korean-culture.org/id/1525/board/232/read/113879>

Korea Culture and Tourism Institute. (2023, Juli 3). *Revitalizing Tourism Exports Amid the Recovery of International Tourism*. Diakses pada 23 April 2024 pukul 15.00 WIB, dari Invest KOREA: https://www.investkorea.org/iken/bbs/i-308/detail.do?ntt_sn=490785

Korea Legislation Research Institute. (2019). *Law Viewer*. Diakses pada 6 Maret 2024 pukul 17.00 WIB, dari elaw.klri.re.kr: https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=28355&type=part&key=41

- Korea Tourism Organization. (2023, Juni 21). *Korea Tourism Organization (KTO) Mempromosikan Visit Korea Year 2023*. Diakses pada 15 Mei 2024 pukul 14.30 WIB, dari visitkorea: <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-tourism-organization-kto-mempromosikan-visit-korea-year-2023>
- Korea Tourism Organization. (t.thn.). *Overview About KTO BI*. Diakses pada 4 Mei 2024 pukul 15.30 WIB, dari Visit Korea: <https://contest.visitkorea.or.kr/eng/overview/About/bi.kto>
- KOSIS. (2022). *Statistical Database: Korea Tourism Statistics*. Diakses pada 18 November 2023 pukul 13.00 WIB, dari KOSIS: https://kosis.kr/eng/statisticsList/statisticsListIndex.do?parentId=H2.1&menuId=M_01_01&vwcd=MT_ETITLE&parmTabId=M_01_01
- KSP Indonesia. (2023, November 30). *Moeldoko Optimis Korea Selatan Menjadi 5 Besar Negara Investor Terbesar di Indonesia*. Diakses pada 8 Mei 2024 pukul 09.30 WIB, dari Portal Kantor Staf Presiden: <https://www.ksp.go.id/moeldoko-optimis-korea-selatan-menjadi-5-besar-negara-investor-terbesar-di-indonesia.html>
- KTO. (2019, September 12). *Halal Restaurant Week Korea 2019: Ayo Nikmati Makanan Halal di Korea dengan Diskon Istimewa!* Diakses pada 24 Mei 2024 pukul 21.00 WIB, dari visitkorea.or.id: <https://www.visitkorea.or.id/article/halal-restaurant-week-korea-2019-ayo-nikmati-makanan-halal-di-korea-dengan-diskon-istimewa>
- KTO. (2019, Agustus 21). *Korea Travel Fair 2019 - Muslim Friendly Korea Festival*. Diakses pada 10 Mei 2024 pukul 14.00 WIB, dari visitkorea: <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-travel-fair-2019-muslim-friendly-korea-festival>
- KTO. (2020, Oktober 18). *Korea Tourism Virtual Fair 2020 Dibuka*. Diakses pada 10 Mei 2024 pukul 14.30 WIB, dari visitkorea: <https://www.visitkorea.or.id/article/korea-tourism-virtual-fair-2020-dibuka>
- KTO. (2021). *EVENT Halal Restaurant Week 2021*. Diakses pada 24 Mei 2024 pukul 21.30 WIB, dari visitkorea.or.id: <https://www.visitkorea.or.id/offers>
- KTO. (2023, Juni 30). *Challenge Korea, Dive into K-Culture*. Diakses pada 15 Mei 2024 pukul 10.00 WIB, dari Visit Korea: <https://english.visitkorea.or.kr/svc/contents/infoBscView.do?menuSn=177&vcontsId=174204>

- KTO. (2024, Februari 28). *250 Ribu Wisatawan Indonesia Kunjungi Korea di 2023, Korea Prediksi 300 Ribu Wisatawan Indonesia Akan Kunjungi Korea di 2024*. Diakses pada 2 Juni 2024 pukul 13.40 WIB, dari Visit Korea:
<https://german.visitkorea.or.kr/svc/ktoOverseas/news/brchNewsView.do?vcontsId=192996>
- MCST. (2020). *Tourism Balance Statistics*. Diakses pada 29 September 2023 pukul 15.00 WIB, dari Ministry of Culture, Sports and Tourism:
<https://www.mcst.go.kr/english/statistics/statistics2020.jsp>
- MCST. (2024, Januari 22). *Korea is to Attract International Visitors with “Uniquely Korean Travel Experiences”*. Diakses pada 29 April 2024 pukul 16.00 WIB, dari Ministry of Culture, Sports and Tourism:
<https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=355>
- MCST. (2024, Mei 28). *MCST to Expand Awareness of Korea beyond K-pop in All Aspects, including Correct Information in Related Wikipedia Entries*. Diakses pada 31 Mei 2024 pukul 14.00 WIB, dari Ministry of Culture, Sports and Tourism:
<https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=417>
- Media Indonesia. (2021, Oktober 31). *KTO Indonesia Kembali Gelar Muslim Friendly Korea Festival Secara Online Tahun Ini*. Diakses pada 24 Mei 2024 pukul 22.00 WIB, dari Media Indonesia:
<https://mediaindonesia.com/humaniora/443596/kto-indonesia-kembali-gelar-muslim-friendly-korea-festival-secara-online-tahun-ini>
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. (2023, Januari 25). *K-content, the new powerhouse on the front line of exports, to gain wings with policy financing support of KRW 790 billion, the largest amount in history*. Diakses pada 25 April 2024 pukul 13.00 WIB, dari MCST:
<https://www.mcst.go.kr/english/policy/pressView.jsp?pSeq=217>
- MOFA Republic of Korea. (t.thn.). *Public Diplomacy of Korea*. Diakses pada 16 Oktober 2023 pukul 10.00 WIB, dari Ministry of Foreign Affairs Republic of Korea: https://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_22841/contents.do
- Mustafa, A. (2017, Februari 15). *Indonesia Sumbang 295 Ribu Wisatawan ke Korea Selatan*. Diakses pada 23 Agustus 2023 pukul 09.00 WIB, dari CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170214113236-269-193388/indonesia-sumbang-295-ribu-wisatawan-ke-korea-selatan>

- Ningsih, B. (2021, Juni 3). *KTO Gandeng Pemain Sepak Bola Untuk Promosikan Pariwisata Korea*. Diakses pada 22 Mei 2024 pukul 15.00 WIB, dari Venue Magz: <https://venuemagz.com/news/kto-gandeng-pemain-sepak-bola-untuk-promosikan-pariwisata-korea/>
- Nugroho, W. D. (2023, Oktober 20). *Negara dengan Penggemar BTS Terbanyak di Dunia, Indonesia Termasuk?* Diakses pada 25 Januari 2024 pukul 17.00 WIB, dari inews: <https://www.inews.id/lifestyle/seleb/negara-dengan-penggemar-bts-terbanyak-di-dunia-indonesia-termasuk>
- Nursastri, S. A. (2017, Februari 16). *Indonesia, Negara Penyumbang Wisman Terbanyak Ke-9 di Korsel*. Diakses pada 23 Agustus 2023 pukul 09.00 WIB, dari Kompas.com: <https://travel.kompas.com/read/2017/02/16/100200527/indonesia.negara.penyumbang.wisman.terbanyak.ke-9.di.korsel?page=all>
- Paramaesti, C. (2018, August 28). *Indonesian Tourists Spend A Lot of Money In Korea*. Diakses pada 7 Januari 2024 pukul 21.00 WIB, dari Tempo: <https://en.tempo.co/read/921138/indonesian-tourists-spend-a-lot-of-money-in-korea>
- Santia, T. (2023, Desember 5). *Industri Kreatif Jadi Modal Penguatan Hubungan Indonesia-Korea Selatan*. Diakses pada 29 Mei 2024 pukul 10.00 WIB, dari Liputan6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5472686/industri-kreatif-jadi-modal-penguatan-hubungan-indonesia-korea-selatan?page=3>
- SEA Today News. (2023, September 3). *Korea Culture and Travel Fest 2023*. Diakses pada 27 Mei 2024 pukul 14.00 WIB, dari YouTube SEA Today News: <https://youtu.be/Qoy5x6GKSFg?si=mtmCLzFl2AtBTv7o>
- Sebayang, R. (2020, Agustus 24). *Korea Selatan Resesi, Ekonomi Sulit Pulih?* Diakses pada 17 April 2024 pukul 16.00 WIB, dari CNBC Indonesia: <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200824110147-4-181451/korea-selatan-resesi-ekonomi-sulit-pulih>
- Seung-ah, L. (2014, Juli 23). *Imagine Your Korea: nation's new tourism brand slogan*. Diakses pada 22 September 2023 pukul 15.00 WIB, dari Korea.net: <https://www.korea.net/NewsFocus/FoodTravel/view?articleId=120713>
- Si-jin, L. (2024, Februari 15). *Visit Korea Year Campaign*. Diakses pada 15 Mei 2024 pukul 21.00 WIB, dari The Korea Herald: <https://www.google.com/amp/s/m.koreaherald.com/amp/view.php%3fud=20240215050549>

- Simanjuntak, T. Z. (2020, Oktober 30). *No end in sight for Korean Wave in Indonesia*. Diakses pada 16 Mei 2024 pukul 20.00 WIB, dari The Jakarta Post: <https://www.thejakartapost.com/life/2020/10/30/no-end-in-sight-for-korean-wave-in-indonesia.html>
- So-Yeon, Y. (2020, Oktober 11). *Korea Tourism Virtual Fair 2020 to be held online from oct. 12*. Diakses pada 10 Mei 2024 pukul 20.00 WIB, dari Korea JoongAng Daily: <https://koreajoongangdaily.joins.com/2020/10/11/culture/foodTravel/tourism-fair-virtual-covid19/20201011165200322.html>
- Spikes Asia. (2021). *FEEL THE RHYTHM OF KOREA*. Diakses pada 11 Mei 2024 pukul 19.00 WIB, dari Spikes Asia: <https://www2.spikes.asia/winners/2021/music/entry.cfm?entryid=3365&award=3&keywords=>
- The Korea Herald. (2017, December 18). *Korea aims to attract more tourists from Southeast Asia*. Diakses pada 7 Januari 2024 pukul 20.00 WIB, dari The Korea Herald: <http://www.koreaherald.com/view.php?ud=20171218000993>
- TRANS TV Official. (2023, Juni 23). *KTO x Bikin Laper Trans TV*. Diakses pada 23 Mei 2024 pukul 09.00 WIB, dari YouTube TRANS TV Official: https://youtube.com/playlist?list=PLCcFo7YWzwwNfSKf6Eo2LdKvvG8P_CfEH&si=j-AeEGYFItLNA2Mq
- Venue Mags. (2023, September 8). *Korea Tourism Organization Siapkan Sejumlah Strategi Untuk Bidik Wisatawan Indonesia*. Diakses pada 9 Mei 2024 pukul 15.00 WIB, dari Venue Mags: <https://venuemagz.com/news/korea-tourism-organization-siapkan-sejumlah-strategi-untuk-bidik-wisatawan-indonesia/>
- VOI Indonesia. (2022, Juli 9). *KTO Sambut Turis dengan Kampanye Travel to Korea Begins Again*. Diakses pada 14 Mei 2024 pukul 08.30 WIB, dari VOI: <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://voi.id/amp/188287/kto-sambut-turis-dengan-kampanye-travel-to-korea-begins-again&ved=2ahUKEwjVzubXh4OGAxUad2wGHafQDBU4ChAWegQIFRAB&usg=AOvVaw238PE3xmjvPOIxSIluy1kq>
- WTTC. (2019). *Economic Impact Research*. Diakses pada 16 Oktober 2023 pukul 17.00 WIB, dari World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/research/economic-impact>

Yonhap. (2016, Juni 7). *S. Korea seeks closer ties with Indonesia on tourism*. Diakses pada 28 April 2024 pukul 14.00 WIB, dari Invest Korea: https://www.investkorea.org/ik-en/bbs/i-465/detail.do?ntt_sn=465046

바니은, D. B.--. (2019, Januari 22). *Launching Ceremony "SAHABAT KOREA" 2019 bersama Duta Besar Korea Selatan*. Diakses pada 28 Mei 2024 pukul 11.00 WIB, dari Daily Banieun: <https://www.banieun.com/2019/01/launching-ceremony-sahabat-korea-2019-bersama-duta-besar-korea-selatan-.html>