

DAFTAR PUSTAKA

- Trihartono, Agus P. B. (2019). The Early Stage of Indonesia's gastrodiplomacy: in the middle of nowhere? *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1-2.
- Trihartono, Agus H. B. (2023). *Gastrodiplomasi Indonesia*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Cooper, Andrew J. H. (2013). *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*. Oxford University Press.
- Anggaran, P. K. (2022, Oktober 20). Potensi dan Tantangan Ekspor Rempah-Rempah Indonesia. *Buletin APBN*.
- Asma Amin, D. H. (2023). *Multi-Track Diplomacy*. Klaten: Penerbit Lakeisha.
- Bakry, U. S. (2016). *Metode Penelitian Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Berridge, G. (2010). *Diplomacy Theory and Practice Fourth Edition*. United Kingdom: Leicester, University of Leicester.
- Berrin Guzel, M. A. (2016). Gastronomy Tourism: Motivations and Destinations. *Global Issues and Trends in Tourism*. 394-404.
- Community, I. G. (2024). Tentang IGC. <https://indonesiagastronomycommunity.org/index.php/about/>.
- Cull, N. S. (2020). *Routledge Handbook of Public Diplomacy*. New York: Taylor and Francis.
- Datau, V. (2021, May 2). *Indonesia Gastronomy Network*. Diambil kembali dari Tentang Indonesia Spice Up The World dan Latar Belakang: <https://indonesiagastromynetwork.com/articles/tentang-indonesia-spice-up-the-world-dan-latar-belakang>
- Economist, T. (2002, Februari 21). Thailand's gastro-diplomacy. hal. <https://www.economist.com/asia/2002/02/21/thailands-gastro-diplomacy>.
- Handayani, R. (2023, Juni 20). Kemenparekraf Promosikan Kuliner Indonesia di Belanda. hal. <https://www.pajak.com/ekonomi/kemenparekraf-promosikan-kuliner-indonesia-di-belanda>.
- Hutami, N. (2024, Februari 26). Tugas Kemendag dalam Program ISUTW. (D. J. Putri, Pewawancara)

- Indonesia, S. K. (2017, Februari 3). Kalah Dari Negara Tetangga, Presiden Jokowi: Segera Perbaiki ‘ Nation Branding’ Indonesia Read more: <https://setkab.go.id/kalah-dari-negara-tetangga-presiden-jokowi-segera-perbaiki-nation-branding-indonesia/>. hal. <https://setkab.go.id/kalah-dari-negara-tetangga-presiden-jokowi-segera-perbaiki-nation-branding-indonesia/>.
- INDONESIA.GO.ID. (2022, Januari 9). Tekad Indonesia Membumbui Dunia. *Kuliner*, hal. <https://indonesia.go.id/kategori/kuliner/3599/tekad-indonesia-membumbui-dunia?lang=1>.
- Kemenparekraf. (2021, Februari 19). FoodStartup Indonesia untuk Percepatan Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. hal. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/FoodStartup-Indonesia-untuk-Percepatan-Pertumbuhan-Ekonomi-Kreatif>.
- Kemenparekraf. (2021, Agustus 22). Rempah-Rempah Khas Indonesia yang Banyak Diekspor. hal. <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/rempah-rempah-khas-indonesia-yang-banyak-diekspor>.
- Kemenparekraf. (2023, November 6). Siaran Pers: Sebanyak 20 Pelaku Usaha Kuliner Indonesia Ikuti Pitching Day "Indostar 2023". hal. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-sebanyak-20-pelaku-usaha-kuliner-indonesia-ikuti-pitching-day-indostar-2023>.
- Kompas. (2021, September 14). Menparekraf Sebut Sektor Kuliner Sumbang 42 Persen Pendapatan Negara Saat Pandemi Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Menparekraf Sebut Sektor Kuliner Sumbang 42 Persen Pendapatan Negara Saat Pandemi", Klik untuk baca: https://www.kompas.com/food/read/2021/09/14/192700975/menparekraf-sebut-sektor-kuliner-sumbang-42-persen-pendapatan-negara-saat?debug=1&lgn_method=google&google_btn=onetap. hal.
- Kompas.com. (2013, November 13). Indonesia Gencarkan Promosi Kuliner ke Mancanegara. hal. <https://pemilu.kompas.com/read/2013/11/13/1712214/Indonesia.Gencarkan.Promosi.Kuliner.ke.Mancanegara>.
- Komunitas Bumbu Sejarah, B. d. (2019, 2 5). *Mustika Rasa, Satu-satunya Buku*

Masak.

Kreatif, K. P. (2021, Agustus 30). *Indonesia Travel*. Diambil kembali dari Indonesia Ikuti Kompetisi Bocuse d'Or di Lyon, Promosikan Cita Rasa Kuliner Nusantara: <https://www.indonesia.travel/id/id/berita/indonesia-ikuti-kompetisi-bocuse-d-or-di-lyon-promosikan-cita-rasa-kuliner-nusantara>

Kreatif, K. P. (2023, September 13). *Siaran Pers: Menparekraf: Wisata Kuliner Jadi Salah Satu Daya Tarik Utama Destinasi Kota di Indonesia*. Diambil kembali dari <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-wisata-kuliner-jadi-salah-satu-daya-tarik-utama-destinasi-kota-di-indonesia>

Lamont, C. (2015). *Research Methods in International Relations*. London: SAGE Publications.

Laratu, I. D. (2023, Desember 11). Tugas dan Fungsi Kemenparekraf. (D. J. Putri, Pewawancara)

Liputan6. (2023, Desember 14). Indonesia Tempati Peringkat ke-6 dalam Daftar 100 Destinasi Kuliner Terbaik di Dunia Versi TasteAtlas, Pimpin Asia Tenggara. hal. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/5480057/indonesia-tempati-peringkat-ke-6-dalam-daftar-100-destinasi-kuliner-terbaik-di-dunia-versi-tasteatlas-pimpin-asia-tenggara?page=2>.

Louis Diamond, J. W. (1996). *Multi-Track Diplomacy: A Systems Approach to Peace third Edition*. English: Kumarian Press.

Merry, L. Z. (2024, Maret 17). Tugas Kemenko Marves dalam Program ISUTW. (D. J. Putri, Pewawancara)

News, A. (2013, Maret 17).

<https://pemilu.kompas.com/read/2013/11/13/1712214/Indonesia.Gencarkan.Promosi.Kuliner.ke.Mancanegara>. hal. <https://www.antaranews.com/berita/363639/30-ikon-kuliner-jadi-bahan-diplomasi-indonesia>.

Pancawati, M. D. (2024, January 6). *Kuliner Indonesia Mendunia, Asa Mendongkrak Pariwisata*. Diambil kembali dari Kompas.id: <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/01/06/kuliner-indonesia-mendunia-asa-mendongkrak-pariwisata>

Perdagangan, K. (2014). POTENSI EKSPOR REMPAH-REMPAH INDONESIA. *Badan Pengkajian dan Pengembangan Perdagangan*, hal.

https://bkperdag.kemendag.go.id/media_content/2017/08/Leaflet-Potensi_Ekspor_Rempah-Rempah_Indonesia.pdf.

- Putra, M. K. (2021). Identitas Gastronomi dan Perpektif Pariwisata yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
- Rahman, F. (2020). Diambil kembali dari Fadly Rahman, M.A., "Kita Bisa Belajar Sejarah dari Makanan": <https://www.unpad.ac.id/profil/fadly-rahman-m-a-kita-bisa-belajar-sejarah-dari-makanan/>
- Rasyid, A. F. (2024, April 2). Tugas utama Kemlu dalam Program ISUTW. (D. J. Putri, Pewawancara)
- Republika. (2015, November 23). AGI Gelar Dialog Gastronomi . hal. <https://republika.co.id/amp/ny97cf9/agi-gelar-dialog-gastronomi>.
- Rockower, P. S. (2012). Recipes for Gastrodiplomacy. hal. 235-246.
- Rockower, P. S. (2012). Recipes for Gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 235–246.
- Rowland Atkinson, J. F. (2001). Accessing Hidden and Hard-to-Reach Populations: Snowball Research Strategies. *Social Research Update Issue 33*, <https://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU33.html>.
- Serenami, P. (2018). PERANCANGAN BUKU RESEP 30 IKON KULINER TRADISIONAL INDONESIA UNTUK GENERASI MUDA. *journal maranatha*, <https://doi.org/10.28932/srjd.v1i3.462>.
- Siswanto, A. (2023, September 03). Kenalkan Budaya Khas Indonesia Melalui Gastrodiplomasi. hal. <https://indonesia.go.id/kategori/siaran-pers-asean-2023/7489/kenalkan-budaya-khas-indonesia-melalui-gastrodiplomasi?lang=1>.
- Trade, M. o. (2018). *Indonesian Spices*. Jakarta: Directorate General of National Export Development.
- Trihartono, A. (2023, Desember 30). Gastrodiplomasi Indonesia. (D. J. Putri, Pewawancara)
- Trihartono, A. (2023, Desember 30). Sejarah Gastrodiplomasi Indonesia. (D. J. Putri, Pewawancara)
- Virgitta Septyana, R. P. (2024, March 21). The branding narrative of "Indonesia Spice Up The World" through the participation of the Indonesian Diaspora in South Korea as brand ambassadors. *Jurnal Magister Ilmu Hubungan*

Internasional.

Zhang, J. (2015). The Foods of the Worlds: Mapping and Comparing Contemporary Gastrodiplomacy Campaigns. *International Journal of Communication*, 10-16.