

DAFTAR PUSTAKA

Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146-150.

Anwar, M. (2022). *Pengaruh Kemampuan Berpikir Kritis terhadap Komunikasi Lintas Budaya pada Mahasiswa Program Pertukaran Pelajar*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 25(3), 215-227.

Angelita, N. R. D., Riyanto, E. D., & Afdholy, N. (2024). *Persepsi individu generasi Z terkait penerapan strawless*. Universitas Airlangga.

Andira, A. (2022). Analysis of Biological Science Literacy Ability of Students' Grade IX at Ujung Batu Junior High Schools. *Journal of Educational Sciences*, 6(1), 168-177.

Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).

Aslan, A. (2017). *NILAI-NILAI KEARIFAN LOKAL DALAM BUDAYA PANTANG LARANG SUKU MELAYU SAMBAS*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ushuluddin*, 16(1), 11–20. <http://dx.doi.org/10.18592/jiu.v16i1.1438>

Aslan, Sihaloho, N. T. P., Nugraha, I. H., Karyanto, B., & Zakaria, Z. (2020). Paradigma Baru Tradisi “Antar Ajung” Pada Masyarakat Paloh, Kabupaten Sambas. *IBDA` : Jurnal Kajian Islam Dan Budaya*, 18(1), 87–103. <https://doi.org/10.24090/ibda.v18i1.3354>

Airlangga, D. (2013). *Sosialisasi tentang Pengetahuan Keagamaan oleh Orang Tua Beda Agama kepada Anaknya (Studi Deskriptif di Surabaya)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).

Aziz, N. (2020). *Cultural Exchange through Culinary Diplomacy: The Case of Asian Cuisine in the United States*. *Asian Studies Review*, 44(3), 450-468.

Chapple-Sokol, S. (2013). Culinary diplomacy: Breaking bread to win hearts and minds. *The Hague Journal of Diplomacy*, 8(2), 161–183.

Friska Alexandra, Dadang Ilham Kurniawan Mujiono, 2019, Op.Cit. Hal 105.

Hall, S. (1973). *Encoding and Decoding in the Television Discourse*. Centre for Cultural Studies, University of Birmingham.

Johana Mendelson Forman, Is The Kitchen The New Venue Of Foreign Policy?: Ideas On Food As A Tool For Diplomacy, Building Peace And Cultural Awarness. Report of The Conflict Cuisine Project. American University, School of International Service . 2016. Hal. 10

Khalda, A. F. (2023). *Analisis persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk Kimbab Rendang Rimba Café Bekasi* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta). Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Kurniawan, H. (2020). *Pemaknaan pesan media dalam konteks komunikasi lintas budaya*. Jurnal Komunikasi Indonesia, 15(2), 75-85.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education. (Strategi pemasaran dan pentingnya promosi inovatif).

Liliweri, A. (2020). *Dasar-dasar komunikasi antar budaya*.

McGreivy, N., & Hakim, A. (2024). Weak baselines and reporting biases lead to overoptimism in machine learning for fluid-related partial differential equations. *Nature Machine Intelligence*, 1-14.

Wenning, D. (2016). *Consuming culture: Effects of globalization in American Japanese restaurants* (Honors thesis, DePauw University). DePauw University

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). SAGE Publications.

Pham, M. T., Geuens, M., & De Pelsmacker, P. (2013). *The influence of ad-evoked feelings on brand evaluations: Empirical generalizations from consumer responses to more than 1000 TV commercials*. *International Journal of Research in Marketing*, 30(4), 383-394.

- Rahmadhani, R. (2016). *Ngidol Dan Klarifikasi Kenikmatan (Studi Etnografi Aktivitas Ngidol Oleh Komunitas Penggemar Jkt48 Di Kota Malang)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Rockower, P. S. (2012). *Recipes for gastrodiplomacy*. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8, 235-246.
- Salim, M. A. (2023). *Komunikasi Lintas Budaya dalam Era Digital: Tantangan dan Peluang*. *Jurnal Komunikasi Global*, 16(2), 65-74.
- Tung, V. W. (2014). *The Role of Food in Cultural Diplomacy: International Relationships through Cuisine*. *International Journal of Communication*, 10, 1124-1142.
- Ting-Toomey, S., & Chung, L. C. (2012). *Understanding intercultural communication*. Oxford University Press.
- Rahmawati, T. (2024). *Representasi fikh wanita di media sosial TikTok: Analisis model*
- Ramadhan, K. H. U. S. A. I. R. I. (2020). *Strategi Gastrodiplomasi Indonesia di Perancis Tahun 2018-2019*.
- Rofi'atul, A., & Anna, Y. H. (2020). *PERAN GASTRODIPLOMACY INDONESIA DALAM MEMBRANDING KULINER RENDANG (Doctoral dissertation, Universitas Wahid Hasyim)*.
- Nagaoka, R. (2015). "History of Japanese Cuisine in America." <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC4989051/>
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. (2015). *Intercultural communication: A reader*. Cengage Learning.
- Sugiyono, D. (2018). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Stuart Hall pada akun TikTok @nu_online* (Skripsi, Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Manajemen Komunikasi Islam, Fakultas Dakwah, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto).
- Septa, S. (2021). *Analisis Kajian Sirkuit Budaya*.
- Syaiful Sagala, *Memahami Organisasi Pendidikan: Budaya dan Reinventing Organisasi Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2013.

- Thu, N. T. A. (2024a). Intercultural Communication Competence. *East African Scholars Journal of Education, Humanities and Literature*, 7(06), 190–194. <https://doi.org/10.36349/easjehl.2024.v07i06.002>
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.
- Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya: Perspektif komunikasi lintas budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36-44.
- Wardani, K., & Nurfaizah, I. (2022). Tren Makanan sebagai Dampak Globalisasi terhadap Pertukaran Budaya. *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3, 445-448.
- Hammer, R., & Kellner, D. (Eds.). (2009). *Media/cultural studies: Critical approaches*. Peter Lang.
- Pratama, Rifka. "Komunikasi Lintas Kebudayaan dan Potensi Masalah-Masalah yang Timbul." *Endogami: Jurnal Ilmiah Kajian Antropologi*, 2020.
- Zhukova, et al. "Strategi Komunikasi Lintas Budaya," 2024.
- Budaya Populer adalah budaya berupa gaya hidup, style, ide, perspektif, dan sikap yang melintasi batas budaya tradisional. Budaya yang menarik massa. http://ab-fisipupnyk.com/files/perilaku_konsumen_Bab_3.pdf diakses pada 31 Oktober 2024 jam 13.30 WIB