

DAFTAR PUSTAKA

- Adella, D. (2024). Penggunaan *Soft power* Oleh Korea Selatan untuk meningkatkan Kerja Sama Industri Hiburan dengan Indonesia Tahun 2018-2021 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).
- Adesyafira, B. C. (2025). Analisis Perbedaan Tingkat Kepuasan Konsumen Generasi Milenial Dan Z Terhadap Produk Kecantikan Lokal Dan Korea Di Jawa Timur (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur).
- Al-Habro, A., Alvian, A. N., & Seprina, R. (2022). Perkembangan Korean Culture di Kota Jambi Masa Reformasi (2000-2021). *Krinok: Jurnal Pendidikan Sejarah dan Sejarah*, 1(2), 72-82.
- Almira, F. S. (2023). *Korean wave: Perkembangan Hingga Dampaknya Terhadap Masyarakat Kota Jambi 2001-2020* (Doctoral dissertation, Ilmu Sejarah).
- ANGGRAINI, A. S. (2024). MAKNA CANTIK WANITA INDONESIA DI ERA *K-BEAUTY* (Studi Fenomenologi pada Generasi Zilenial di Pekanbaru) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ansia, I. E. P. (2021). Diplomasi Budaya Korea Selatan Melalui K-Drama Di Indonesia (2016-2020) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Arya Kameswara. 2012. Pengaruh Soft Diplomacy Dalam Membangun Citra Korea Selatan di indonesia
https://www.academia.edu/3383637/PENGARUH_SOFT_DIPLOMACY_DALAM_MEMBANGUN_CITRA_KOREA_SELATAN

Bakytzhanova, A., & Tuleshova, L. (2023). K-Pop as a Main Tool of Korean ‘*Soft power*’ Towards Central Asia. *Journal of Central Asian Studies*, 92(4), 17-28.

Biznet Networks. "The Rise of K-Culture: How the Internet Spreads Korean Pop Culture," Biznet Networks, diakses 27 November 2024, [https://www.biznetnetworks.com/id-all-news/id-culture/the-rise-of-k-](https://www.biznetnetworks.com/id-all-news/id-culture/the-rise-of-k-culture-how-the-internet-spreads-korean-pop-culture)

Cahyani, A. F. (2021). Diplomasi *Soft power* Korea Selatan Melalui *Korean wave* dan Pengaruhnya bagi Indonesia. University Muhammadiyah of Yogyakarta.

Croquis, "7 Tren Kecantikan Korea yang Menguasai Dunia," Croquis.id, 5 November 2023, <https://croquis.id/7-tren-kecantikan-korea-yang-menguasai-dunia/>.

[culture-how-the-internet-spreads-korean-pop-culture](https://croquis.id/7-tren-kecantikan-korea-yang-menguasai-dunia/)

Dairly, M. P., & Andayani, N. M. (2022). Peran Sosial Media dalam Fenomena K-Beauty di Komunitas Kecantikan Indonesia = The Role of Social Media in K-Beauty Phenomena in Indonesia Beauty Community. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

EGSa, "Fenomena *Korean wave* di Indonesia," EGSa, 30 September 2020, [https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-](https://egsa.geo.ugm.ac.id/2020/09/30/fenomena-korean-wave-di-indonesia)

Ferrari, L., Lancia, F., & Aziz, A. (2024). *K-beauty* dan standar kecantikan di Indonesia (Analisis wacana Sara Mills pada kanal YouTube Priscilla Lee). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(1), 56-68. <https://wnj.westsciencepress.com/index.php/jmws>

Gunawan, I. (2024). Korean cultural diplomacy: uniting society through *soft power*.

Jurnal Info Sains: Informatika dan Sains, 14(01), 1079-1086.

Han, J. & Nurhayati, T. (2022). "Tren Skincare Alami dan Preferensi Konsumen Indonesia terhadap Produk *K-beauty*." Jurnal Ekonomi Kreatif, 10(2), 78-92.

Imani, A. Z. M. (2024). Diplomasi Komersial Korea Selatan dalam meningkatkan Ekspor Produk Kecantikan Korea Selatan (*K-beauty*) ke Indonesia Tahun 2018-2021 (Doctoral dissertation, Universitas Islam Indonesia).indonesia/.

Kamal, A. S. N. (2023). Diplomasi Publik Pemerintah Korea Selatan Dalam Memperkenalkan Budaya Di Indonesia Melalui Media Sosial Periode Tahun 2019-2022.

Kim, H. (2021). "The Influence of *Korean beauty* Trends on Global Standards of Beauty." Journal of Asian Cultural Studies, 15(2), 45-67.

Kim, H. (2022). The Role of *K-beauty* in South Korean Public Diplomacy.

Kim, Y. (2018). Hallyu and *Soft power*: The Influence of Korean Culture Worldwide.

Kim, Yong-Ik. "The Globalization of *Korean beauty*: A Case Study of *K-beauty*." Journal of Global Fashion Marketing, 2018.

Klikpositif. (2021). Owner Miss Glam Afdhal Amran siap maju jadi Caketum BPC HIPMI Padang. <https://klikpositif.com/owner-miss-glam-afdhal-amran-siap-maju-jadi-caketum-bpc-hipmi-padang/>.

Kompas Lifestyle, Belajar dari Korea, Mendorong Perkembangan Kosmetik Indonesia<https://lifestyle.kompas.com/read/2021/06/08/141716820/belajar-dari-korea-mendorong-perkembangan-kosmetik-indonesia>.

Kyoung-ho Shin, *The Korean wave: Korean Media Go Global*, The Social Science Journal, Vol 54, 2017.

Lestari, D. (2022). Adaptasi Tren *Korean beauty* di Indonesia: Studi Kasus pada Klinik Kecantikan Lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(2), 112-130.

Li, E. P. H., Min, H. J., & Lee, S. (2021). *Soft power* and nation rebranding: The transformation of Korean national identity through cosmetic surgery tourism. *International Marketing Review*, 38(1), 141-162.

Miko'ende, N. A. (2025). Diplomasi Publik Korea Selatan: Studi Kasus Pengaruh *Korean wave* Terhadap Industri Kecantikan di Indonesia (Doctoral dissertation, Fakultas Hukum Sosial Politik).

Mohtar Mas'oed, *Ilmu Hubungan Internasional-Disiplin dan Metodologi*. (Penerbit PT Pustaka LP3ES, 1994.), 39.

Mohtar Mas'oed, *Ilmu Hubungan Internasional-Disiplin dan Metodologi*. 39

Nasution, A. N. A. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Perilaku Konsumtif, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Penggemar Boygroup Korea Nct 127 Di Indonesia). *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Walisongo*.

Nye, Joseph S. "*Soft power: The Means to Success in World Politics*." Public Affairs, 2004.

Oktavianti, S., Irawati, N. R., Andriani, D. D., & Agustin, R. (2025). PENGARUH LIVE SHOPPING, PERSEPSI HARGA, E-WOM, CELEBRITY ENDORSER DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAAN PRODUK LANEIGE DI KALANGAN GENERASI MILENIAL INDONESIA. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 4, 553-562.

Pratiwi, R. (2021). "Pengaruh Influencer terhadap Pembelian Produk *K-beauty* di Indonesia." *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(1), 22-35.

- Prihastomo Wahyu Widodo. "Ekspor Produk Kosmetik Korea Selatan Catat Rekor Tinggi pada Q1 2024." Kontan.co.id. 4 April 2024.
<https://internasional.kontan.co.id/news/ekspor-produk-kosmetik-korea->
- Putri, M. M. (2022). Pengaruh Sm Entertainment Dalam Perkembangan Diplomasi Budaya Korea Selatan. *Journal of International Relations Diponegoro*, 8(4), 834-852.
- Putri, S. A., & Widhiandono, D. (2025). Budaya Pop Dan *Soft power*: Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Melalui K-Pop. *At-Taklim: Jurnal Pendidikan Multidisiplin*, 2(6), 637-653.
- Rahmani, M. A., Widodo, A., Silvianita, A., & Rubiyanti, N. (2024). Minat pembelian produk kosmetik lokal dengan ulasan online: Kerangka konseptual. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 11(1), 1184-1194.
- Robbani, H. Z. (2023). Dampak Popularitas *Korean wave* Terhadap Industri Kreatif Di Indonesia Periode 2020-2022 (Bachelor's thesis, Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Shalsabilla, M. (2024). *Strategi Branding Miss Glam dalam Membangun Brand Awareness sebagai K-beauty Store di Kota Padang* (Doctoral dissertation, Universitas Andalas).
- Sulaiman & Zain. (2023). "Makna Cantik Wanita Indonesia di Era *K-beauty*."
- Viva.co.id. (2024, Januari 9). *K-beauty* tak berhenti, prediksi tren di Indonesia tahun 2024. <https://www.viva.co.id/gaya-hidup/gaya/1669339-k-beauty-tak-terhenti-prediksi-tren-di-indonesia-tahun-2024>.

Youna Kim, *The Korean wave: Korean Media Go Global* (Routledge, 2013), 20-22.

Yuel, M. V. D. B., Nethan, A., Ikhtiarin, A. D., Agustin, V. M., Amini, D. S., & Subandi, Y. (2023). Strategi Diplomasi Publik Korea Selatan Terhadap Indonesia Melalui *Korean wave*. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 7(1), 45-

