

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp, Terence. (2002). Periklanan dan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Jilid 2. Erlangga. Jakarta. Qupas Beuty, 2018
- Aleksandra Łopaciuk . Global beauty industry trends in the 21st century. Maria Curie-Skłodowska University, Poland. diakses pada 21 juni 2013, zadar, croasia
- Amalia Ghaizani A, Edriana Pangestuti dan Lusy Deasyana Rahma Devita, “Pengaruh Country of Origin Terhadap Brand Image Dan Dampaknya Bagi Keputusan Pembelian”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 58hal 110, diakses pada : 2 Mei 2018. [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Anggry Windasari, Mutia Rahmi Pratiwi dan Amida Yusriana, Pemaknaan Kecantikan Sebagai Putih Jepang, Juni 2017
- Bilateral RI-Korsel, Situs Resmi KBRI-Seoul <http://kbriseoul.kr/kbriseoul/index.php/id/indokor>. Diakses pada tanggal 6 Mare 2017
- Chloe Sorvino, “Why The \$445 Billion Beauty Industry is A Gold Mine For Self-Made Women,”
- Cull, N.J. “Public diplomacy: Lessons from the past”. CPD Perspectives on Public diplomacy, 2 (19). Diakses 2019
- Culture and Globalization, di akses dari <http://www.globalization101.org/uploads/file/Culture/culta112010.pdf>. pada tanggal 19 April 2011, pada pukul 12:11
- Dian Paramita S “The Effectiveness Of South Korea Cultural Diplomacy”. Hal 30. Diakses pada : Yogyakarta, 12 Mei 2015.
- Diplomatic White Paper 2016, Republic of Korea [http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m\\_5684/list.do](http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5684/list.do)
- Doobo Shim. 2006. Hybridity and Rise of Korean Populer Culture in Asia. Media, Culture and Society. Vol.28(1). Hal. 28.
- Dwi Wulandari, “Hingga 2018, Etude House Tambah 40 Gerai Baru”. Diakses pada: October 18, 2013.
- Endorsement Campaign For 'innisfree' Diakses pada: 16/03/2018 dari <http://www.kpopstarz.com/articles/100921/20140725/yoona-from-girls-generation-goes-from-local-to-global-for-innisfree.htm>
- Evalina Srihartati dan Yusri Abdillah, “Pengaruh Korean Wave dan Country Of Origin Terhadap Brand Awareness Dan Brand Image Kosmetik Korea”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 65. Diakses pada : 1 Desember 2018| [administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id)
- Fadel Akbar Madjid, hasil Kuisisioner penelitian “Korean Wave” <https://docs.google.com/forms/d/1TX33v8CWMxtD3Bx6j9WT68KU0WZfpaUs0IwM8M4ArHA/edit#responses>. 30 sepetember 2019.

- Fitri Suryaning Dewi, Heriyani Agustina, Tajudin Faza. Berjudul "FENOMENA BUDAYA KOREA MODERN DALAM CARA BERPAKAIAN DI KALANGAN REMAJA SMA NEGERI 3 CIREBON DI KELAS X6"  
<http://jurnal.unswagati.ac.id>
- Forbes, 18 Mei 2017, diakses 27 Oktober 2017,  
<https://www.forbes.com/sites/chloesorvino/2017/05/18/self-made-wealth-beauty-gold-mine/amp/>.
- Gabby Agne, "Pengaruh Terpaan Drama Korea terhadap Fashion pada Remaja Kota Padang. diakses 2018.
- Gemiharto, I., Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2017). Kajian kritis tayangan televisi favorit kelas menengah perkotaan (studi kasus tayangan televisi favorit kelompok masyarakat kelas menengah di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat). *ProTVF: Jurnal Kajian Televisi Dan Film*, 1(1), hal : 13–29.  
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v1i1.13329>
- Global Beauty and Personal Care Products Market Forecast 2017-2023," *Business Wire*, 3 Januari 2017, diakses 27 Oktober 2017,  
<http://www.businesswire.com/news/home/20170103005748/en/Global-Beauty-Personal-Care-Products-Market-Forecast>
- Hae Joang, "Reading the "Korean Wave" as a Sign of Global Shift," *Korea Journal*, vol. 45, no. 4 (2005). Hal. 167
- Hallyu (Korean Wave). Korea.net Gateway to Korea.  
<http://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>. Diakses pada 10 Juli 2016.
- Hani, "Korean chingu". Diakses pada : 2013, hal : 70:71.
- Hasil wawancara dengan narasumber, hana, FISIP UNAND, 06 Desember 2019, pukul 13:13. Gunung pangilun, Kota padang, Sumatera barat.
- Hasil wawancara dengan narasumber, Sonya Andomo, FMIPA UNAND, 05 desember 2019, pukul: 23:20, Hotel Bumi Minang, padang. Sumatera barat.
- Hollow. 2000. Hal 209. Skripsi bab II diambil dari  
<http://eprints.uny.ac.id/21510/4/4.%20BAB%20II.pdf>. Diakses 15 Desember 2016.
- Idola Perdini Putri, artikel berjudul: "K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia". *ProTVF Volume 3*, no. 1, 2019. Hal: 77.
- Indah Chartika Sari dan Ahmad Jamaan dari hubungan internasional Universitas Riau dengan judul "hallyu sebagai fenomena transnasional". pada februari 2014
- Indah Chartika Sari dan Ahmad Jamaan. Hallyu Dream Festival.  
<http://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/2258/2200>. Diakses 13 Desember 2016.

- Indonesia – Korea Selatan Semakin Mantapkan Hubungan Diplomatik, 2013. <http://ipsk.lipi.go.id/berita/208-indonesia-korea-selatan-semakin-mantapkan-hubungan-diplomatik> Diakses pada tanggal 4 Maret 2017
- Indonesia trade promotion center busan, Korea Selatan. direktorat jenderal pengembangan ekspor nasional. diakses pada juli 2013
- iReporter Team, 2014. “Girls' Generation Yoona Goes From Local To Global With International
- Iva Rachmawati, "Indonesia's Public Diplomacy towards Malaysia," *Andalas Journal of International Studies*, Vol. VII No.2(2018), hal 144.
- J. Fuman Daniel. *Synthetic Experiences: How Popular Culture Matters for Images of International Relations*. III Embry-Riddle Aeronautical University, diakses pada September 2017, Pages 503–516, <https://doi.org/10.1093/isq/sqx053>
- Je Seong, Jeon dan Yuwanto. 2014. *Era Emas Hubungan Indonesia-Korea: Pertukaran Kultural Melalui Investasi dan Migrasi*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas. Hal. vii.
- Jeong, Y. “Hallyu” Sweeps Korean Festival into Town. Retrieved October 19, 2012, from The Jakarta Post website: [http:// thejakartapost.com](http://thejakartapost.com). diakses pada: 10/09/2012.
- John Baylis dan Steve Smith, *The Globalization of World Politics: An Introduction to International Relations*, (United States of America: Oxford University Press, 2005) , hlm 192-193
- Jong Eun Chung. *From Developmental to Neo-Developmental Cultural Industries Policy: The Korean Experience of the ‘Creative Turn’* (Tesis Master, University of Glasgow, 2012). Hal. 21- 23
- Josef Batora, *Multistakeholder Public Diplomacy of Small and Medium-sized States: Norway and Canada Compared*, dipresentasikan dalam International Conference on Multistakeholder Diplomacy, Mediterranean Diplomacy Academy, Malta, 11-13 Februari 2005. Diakses dari [www.diplomacy.edu](http://www.diplomacy.edu), pada tanggal 15 mei 2011, pukul 12:13
- KBS World Radio. 15 Desember 2016.
- Kim, Youna, 2006. Rising East Asia “Wave” :”Korean Media Go Global“, in Thussu, Daya (ed.). *Media on the Move: Global Flow and Contra Flow*, London: Routledge, pp. 135-152.
- Kompasiana, artikel berjudul “penyebaran Hallyu melalui drama Korea dan K-Pop”. [www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com). Diakses pada : 16 november, 2017.
- Korean Wave di Indonesia Budaya Pop Internet dan Fanatisme Remaja, oleh :Aulia Dwi Nastiti diakses pada tanggal 6 juni 2014).
- Mark Leonard, *Public Diplomacy*, (London: The foreign Policy Centre 2002), hlm 9-10

- Maya Shafira, berjudul “ Dua Chef Korea Hadirkan Bulgogi hingga Bibimbap di 'Food For The Seoul'. [www.food.detik.com](http://www.food.detik.com). Diakses pada : 16 maret, 2017, pukul 15:16 WIB.
- Maycock, Tom. 2002. “Prophesying War.” H-US-Japan, September, accessed Nov 8, 2016, <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=6749>
- Meivita Ika Nursanti. Descriptive Analysis of K-Pop Fans as Media Audience in Consuming and Constructing Meaning of The Cultural Textoleh. Diakses 2013.
- Mellisen, Jan. 2006. Paper “Public Diplomacy Between Theory and Practice”. Pertemuan The Present and Future of Public Diplomacy: An European Perspective The 2006 Madrid Conference on Public Diplomacy (WP).
- Melly Ridaryanthi, judul “Bentuk Budaya Populer Dan Konstruksi Perilaku Konsumen Studi Terhadap Remaja” Jurnal Visi Komunikasi Volume 13, No. 01, Mei 2014: 87-104
- Mochtar Mas'od, "Ilmu Hubungan Internasional, Disiplin dan Metodologi," (Pusat antar Universitas, Studi Sosial Universitas Gadjah Mada, LP3ES), hal 110.
- National university of Singapore: Singapore. Tahun 2011
- Nugroho, S. A. (2011). “Hallyu di Indonesia: selama dekade pertama di abad ke-21.” in m. Syamsudin (ed.), sejarah Korea menuju masyarakat modern: beberapa peristiwa penting”. Yogyakarta: INAKOS.
- Nye Jr, J.S. “Public diplomacy and soft power”. The annals of the American academy of political and social science, 616 (1). 2008
- Pertukaran Budaya Indonesia dan Korea Melalui Pelayanan, [http://kominform.go.id/index.php/content/detail/6460/Pertukaran+Budaya+Indonesia+Melalui+Penyiaran/0/berita\\_satker](http://kominform.go.id/index.php/content/detail/6460/Pertukaran+Budaya+Indonesia+Melalui+Penyiaran/0/berita_satker) Diakses pada tanggal 14 Maret 2017
- Pertumbuhan Industri Kosmetik Nasional Tumbuh 20%”, oleh [www.kemenperin.go.id](http://www.kemenperin.go.id), diakses 20-03-2018
- Psy – Gangnam Style MV on YouTube. <http://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>. Diakses 16 Desember 2016.
- Pusat Penelitian Kemasyarakatan dan Kebudayaan – Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, judul : “Korean Wave: Pariwisata, Soft power, dan Gerakan Ekspansi Budaya Pop”. Diakses pada : 05, desember 2018. <http://pmb.lipi.go.id>
- Puspita Sari. Kebijakan Pemerintah Korea Selatan Terhadap Korean Wave di Indonesia Dan Peningkatan Hubungan Bilateral Antar Negara. repository.umy.ac.id. 2018
- Qupas Beuty, “A smart and effective way of self-care, beautiful heart and physical: 7 South Korean cosmetics brands most popular in Indonesia” . diakses pada: 1 oktober 2018, pukul: 18:02.

- Rana, Kishan S. 21st Century Diplomacy: A Practitioner's Guide, New York: Bloomsbury Publishing USA. 2011
- Republika News, "Korea Jalin Kerja sama Budaya dengan Indonesia", <http://m.republika.co.id/berita/nasional/umum/14/12/21/ngw67n-korea-jalin-kerja-sama-budaya-dengan-Indonesia> Diakses pada tanggal 14 Maret 2017
- Reza Lukmanda Yudhantara, Korean Wave (Hallyu) Sebagai Soft Diplomasi Korea Selatan. [https://www.academia.edu/4323713/Korean\\_Wave](https://www.academia.edu/4323713/Korean_Wave). Diakses 15 Desember 2016.
- Royan, Frans M. "Marketing celebrities" tahun 2005, hal 2. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. W. (2003). Apa yang Membuat Remaja Tertarik Satu Sama Lain? Adolescence: Perkembangan Remaja, 242
- Sapto Hadi Imambachri BSc., MM. Analisa Strategi Pemasaran Internasional PT. Mustika Ratu TBK Di Saudi Arabia. Januari 2017
- Saunders, Elizabeth N. diakses pada tahun 2011. Leaders at War: How Presidents Shape Military Interventions. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Shabrina Vianita. Pengaruh country of origin terhadap brand image kosmetik Korea Selatan,
- Shim Sun-ah. 2012. Korean Films Drew Record Audiences in First Half: Ministry. <http://english.yonhapnews.co.kr/news/2012/07/03/0200000000AEN20120703007100315.HTM>
- Smith Simpson, "Education in Diplomacy" dikutip dari, Sumaryo Suryokusumo, Praktik Diplomasi, (Depok: Penerbit STIH "IBLAM", 2008). Hlm. 7-8
- Sofia Trisni, Rika Isnarti, Anita Afriani dan Ferdian. Pencapaian Kepentingan Korea Selatan Melalui Diplomasi Publik Korean Wave". <https://e-journal.unair.ac.id> Departemen Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. diakses pada tanggal 2 Desember 2018
- Sohn, Jiae, "Content producers lead Korean Wave", Korea.net [daring] <http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=134924> [diakses pada 1 Juni 2018]
- Strategi Kebudayaan Korea Selatan. [http://www.academia.edu/4170486/Strategi\\_Kebudayaan\\_Korea\\_Selatan](http://www.academia.edu/4170486/Strategi_Kebudayaan_Korea_Selatan). Diakses 25 Mei 2008.
- Sumiko Mori, Japan's Public Diplomacy and Regional Integration in East Asia: Using Japan's Soft Power, diakses dari <http://www.wcfia.harvard.edu/us-japan/research/pdf/06-10.mori.pdf>. pada tanggal 18 Agustus 2011, pukul 22:10

- The Jakarta Post, "Korean Wave casts a spell in Indonesia". Diakses pada :  
Jakarta, Senin 18 Juli 2011. Pukul 08.00 a.m  
<https://www.thejakartapost.com>
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. Diakses tahun 2012. Pemasaran  
Strategik. Edisi 2. Yogyakarta : Penerbit ANDI.
- Trendtmann, F. (2004) Beyond consumerism: New historical perspectives on  
consumption. *Journal of contemporary history*, 39(3): 373-401.
- Tuch, Hans. *Communicating with the World. US Public Diplomacy Overseas*,  
New York: Macmillan. 1990
- Tujuan Pendirian Korean Cultural Center (KCC).  
<http://id.korean.culture.org/m/id/6/contents/341> Diakses pada tanggal 14  
Maret 2017
- Wannabil V, K-vibes. Diakses pada: 1 maret 2018.
- Wonjun Chung dan Taejun David Lee, Hallyu as A Strategic Marketing Key in  
the Korean Media Content Industry dalam Do Kyun Kim dan Min-Sun  
Kim (eds). *Hallyu: Influenfe of Korean Popular Culture in Asia and  
Beyond*. (Seoul: Seoul National University Press, 2011), hlm. 449.

