

Social Network Analysis: Gastrodiplomasi Masakan Tradisional Indonesia Melalui Youtube Periode 2023-2024

Andre Ardi dan Muhammad Daffa Saguna

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof Dr Moestopo

muhammaddaffasaguna@gmail.com

Abstract

The purpose of this study is to analyze the response to gastrodiplomacy carried out by the Indonesian government through Youtube. The method used in this study is a descriptive qualitative method with data collection techniques obtained through the help of python tools. The theory used in this study is gastrodiplomacy, with the theory of social network analysis. The results of this study are the ineffectiveness of the strategy carried out by the government in promoting Indonesian gastrodiplomacy through Youtube, because there is still a lack of government actors who carry out gastrodiplomacy through Youtube. As well as the lack of recognition from non-state actors regarding this.

Keywords: *Social Network Analysis, Gastrodiplomacy, Youtube, Traditional Indonesian Food.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis respon dari gastrodiplomasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui youtube. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui bantuan *tools python*. Teori yang dipakai dalam penelitian ini adalah gastrodiplomasi dan teori *social network analysis*. Hasil dari penelitian ini adalah kurang efektifnya strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam mempromosikan gastrodiplomasi Indonesia melalui youtube, karena masih kurangnya aktor pemerintah yang melakukan gastrodiplomasi melalui youtube. Serta kurangnya rekognisi dari aktor non-negara terkait hal ini.

Kata Kunci: Social Network Analysis, Gastrodiplomasi, Youtube, Makanan Tradisional Indonesia.

PENDAHULUAN

Makanan telah lama memainkan peran penting dalam hubungan manusia. Sejak dahulu, makanan tidak hanya menjadi kebutuhan dasar manusia, tetapi juga berfungsi sebagai ekspresi identitas budaya, nilai-nilai sosial, dan simbol kolektif dari suatu peradaban. Selain itu, makanan juga sebagai berperan sebagai wahana ekspresi dari identitas budaya, nilai-nilai sosial, dan simbol kolektif suatu peradaban bangsa suatu bangsa. Anna Meigs (1997) dalam Sri Utami (2018), mengatakan bahwa sejatinya kuliner atau makanan adalah hasil dari

sebuah konstruksi budaya yang mengeksplorasi bagaimana makanan dan makan dipahami sebagai alat yang menyatukan beragam organisme, baik fisik maupun mistis, dalam kehidupan ini (Meigs, 1997: 95- 106, dalam Utami, 2018).

Makanan tradisional yang dapat didefinisikan sebagai makanan umum yang biasa dikonsumsi sejak beberapa generasi, terdiri dari hidangan yang sesuai dengan selera manusia, tidak bertentangan dengan keyakinan agama masyarakat lokal, dan dibuat dari bahan-

bahan makanan dan rempah-rempah yang tersedia lokal (Sastroamidjojo, S. 1995 dalam Adiasih, 2015). Makanan tradisional merupakan hasil atau produk dari sebuah budaya.

Pada era globalisasi seperti saat ini, diplomasi menemukan tantangan baru yang terus menuntut para aktornya untuk terus berkembang. Munculnya aktor bukan negara seperti perusahaan swasta, organisasi non-pemerintah, maupun individu, membuat aktor negara seperti perwakilan diplomatik, maupun perwakilan pemerintah lainnya, untuk terus berkembang, memunculkan apa yang dinamakan diplomasi publik. Salah satu bentuk dari *public diplomacy* ini adalah dengan melalui gasterdiplomasi. Gasterdiplomasi sendiri adalah penggunaan makanan sebagai alat diplomasi.

Untuk itu, *platform* seperti YouTube menyediakan ruang besar bagi Indonesia untuk mempromosikan makanan tradisionalnya dan menjangkau audiens global. Oleh karena itu, rumusan permasalahan yang menjadi sasaran penelitian ini adalah bagaimana *social network analysis* gastrodiplomasi Indonesia melalui youtube periode 2023-2024? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana *social network analysis* gastrodiplomasi Indonesia melalui YouTube periode 2023-2024.

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian yang ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. "Metode ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau deskripsi yang objektif tentang suatu keadaan menggunakan data berupa angka, dari pengumpulan data hingga interpretasi dan penyajian hasilnya" (Arikunto, 2006). Selanjutnya, penelitian ini akan menggunakan *Social Network Analysis*

(SNA) untuk mengungkap struktur internal proses komunikasi di YouTube seperti komen dalam suatu video. “Metode SNA menghubungkan proses komunikasi kompleks yang terjadi selama pemrosesan informasi dalam otak dengan arsitektur Internet sebagai sebuah sistem” (Haythornthwaite, 2005; Park, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel karakteristik berdasarkan *keyword searching* “*Indonesian Traditional Food*”. Sampel ini menghasilkan daftar 603 video. Namun, tidak semua video memenuhi karakteristik variabel yang diteliti. Oleh karena itu, hanya video yang benar-benar relevan yang dimasukkan ke dalam sampel, yaitu video dari kanal *iisma_ri* yang mewakili *state actor* dan video dari kanal *Laurance Benson* yang mewakili *non-state actor*.

Gambar 1.1 Hasil Master Data Daftar Nama Video dan Kanal dari kata kunci *“Indonesian Tradisional Food”*

Sumber: Olahan Data Penulis

Penulis memilih video dari kanal *iisma_ri* sebagai representasi *state actor* karena video berjudul “*INTRODUCING INDONESIAN DELICIOUS CUISINE*” diunggah oleh program IISMA di bawah KEMENDIKBUDRISTEK. Video ini telah ditonton 72 ribu kali, mencakup makanan sesuai kategori penelitian, dan memiliki 52 komentar yang dapat dianalisis untuk sentimen.

Sementara itu, video dari kanal Laurance Benson dipilih sebagai representasi *non-state actor* karena Laurance Benson termasuk media individual yang diakui oleh aktor negara, yakni Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif saat itu, Sandiaga Uno. Video ini juga menampilkan makanan yang sesuai dengan kategori penelitian, telah ditonton sebanyak 897.116 kali, dan memiliki 861 komentar yang dapat dianalisis untuk sentimen. Sedangkan Python digunakan dalam penelitian ini guna mengambil data *real-time* dari YouTube. API berfungsi sebagai penghubung antar aplikasi untuk integrasi otomatis. Untuk mengakses data YouTube diperlukan instalasi *library* dengan perintah: pip install google-api-python-client.

```
Microsoft Windows [Version 10.0.19045.5487]
(c) Microsoft Corporation. All rights reserved.

C:\Users\muham>pip install google-api-python-client.
```

Gambar 1.2 Gambar Penginstallan Library

```
import pandas as pd
from googleapiclient.discovery import build
api_key = 'AIzaSyOnd9YvSsmvP16-qTctF4k04jsqgP0ctV'
video_id = 'yv3h6T0QIXY'

def video_comments(video_id, api_key, max_results=100):
    replies = []
    youtube = build('youtube', 'v3', developerKey=api_key)
    video_response = youtube.commentThreads().list(
        part='snippet,replies', videoId=video_id, maxResults=max_results
    ).execute()

    for item in video_response.get('items', []):
        published = item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['publishedAt']
        user = item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['authorDisplayName']
        comment = item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['textDisplay']
        likeCount = item['snippet']['topLevelComment']['snippet']['likeCount']
        replies.append([published, user, comment, likeCount])

    replies.append(item['snippet']['totalReplyCount'])

    if replies[-1] > 0:
        for reply in item.get('replies', {}).get('comments', []):
            published = reply['snippet']['publishedAt']
            user = reply['snippet']['authorDisplayName']
            reply = reply['snippet']['textDisplay']
            likeCount = reply['snippet']['likeCount']
            replies.append([published, user, reply, likeCount])

if 'nextPageToken' in video_response:
    video_response = youtube.commentThreads().list(
        part='snippet,replies',
        pageToken=video_response['nextPageToken'],
        videoId=video_id,
        maxResults=max_results,
```

Gambar 1.3 Proses *Scraping* Data Komentar pada kedua sample video

Penulis melakukan *scraping* untuk mengumpulkan komentar dari video YouTube Laurance Benson dan IISMA RI. Proses ini menghasilkan dua dataset yang berisi daftar komentar dari

kedua video tersebut. Setelah kode *scraping* berhasil dijalankan, data yang diperoleh disimpan dalam format CSV.

Untuk mengetahui bagaimana analisis sentimen, penulis menggunakan VADER untuk teks berbahasa Inggris dan Inset untuk bahasa Indonesia. VADER adalah alat berbasis leksikon dan aturan untuk mendekripsi sentimen, sementara Inset berisi 3.609 kata positif dan 6.609 kata negatif dengan bobot sentimen -5 hingga +5. Setelah mengunduh kamus Inset, penulis menjalankan kode analisis sentimen untuk mengklasifikasikan data.

Tabel 1. Tabel kamus kata positif bahasa Indonesia yang tersedia di Inset Sumber: <https://github.com/fajri91/InSet/blob/master/positive.tsv>

word	Weight
mantab	2
suka	3
enak	5
sedap	5
lezat	5

Setelah penulis mendownload file kamus Inset tersebut, penulis akan menjalankan kode yang ada dibawah ini untuk mengetahui bagaimana analisis sentimennya.

```

import pandas as pd

# ◇ Fungsi untuk membaca file TSV dan mengembalikan daftar kata
def load_lexicon(file_path):
    df = pd.read_csv(file_path, sep="\t", header=None, names=["word"])
    return set(df["word"]) # Simpan dalam bentuk 'set' untuk pencarian cepat

# ◇ Load kedua file lexicon
positive_words = load_lexicon("positive.tsv")
negative_words = load_lexicon("negative.tsv")

# ◇ Fungsi untuk memberi label sentimen berdasarkan lexicon
def analyze_sentiment(text):
    words = text.lower().split() # Pecah teks menjadi kata-kata
    sentiment_score = sum(1 for word in words if word in positive_words) - \
                      sum(1 for word in words if word in negative_words)

    return "Positive" if sentiment_score > 0 else "Negative" if sentiment_score < 0 else

# ◇ Contoh penggunaan
comment = "Saya sangat senang dengan acara ini, luar biasa!"
sentiment = analyze_sentiment(comment)
print(f"Komentar: {comment}\nSentimen: {sentiment}")

```

Gambar 1.4 Code untuk menjalankan analisis sentimen menggunakan Inset

Analisis Vader menunjukkan bahwa video Laurance Benson mendapat respons beragam, dengan mayoritas komentar bersifat netral. Sebanyak 252 komentar tergolong positif, mencerminkan apresiasi terhadap konten yang memperkenalkan masakan tradisional Indonesia. Sementara itu, terdapat 13 komentar negatif.

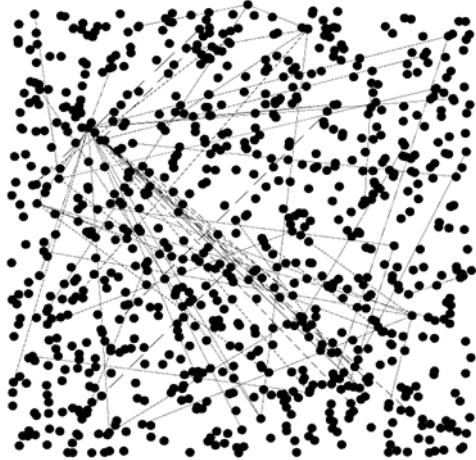
Tabel 2.1 Pengelompokan sentimen Positif, Netral, dan Negatif

Positif	Netral	Negatif
Mr laurent pantas menjadi duta pariwisata n dan kuliner karna beliau memperke nalkan makanan khas	minimal di angkat jadi Duta makanan nusantar a . 	its kinda strange to see foreigner going this far for indonesian food

indonesia ke seluruh negara eropa ...		
I been living in North Carolina for more than 30 years, but I always miss Indonesian street food, not fancy but the taste much better than fancy restaurants	Tons of thanks to you Laurence for introduci ng our delicious food to the world!... Love it!!...     MC	Sayangnya, masyarakat dan orang2 luar yang sibuk memperkenalka n masakan dan budaya sementara para wakil2 yang di tunjuk oleh rakyat, lebih banyak sibuk berebut kekuasaan, kursi dan memperkaya diri dan kelompok, apakah itu yang di sebut BERJUANG UNTUK INDONESIA ???, BUDAYA DAN KULINER INDONESIA juga salah satu yang harus di perjuangkan karena juga bagian dari KEDAULATA N NEGARA < br>JANGANK AN BUDAYA DAN KULINER, OLAHRAGA SAJA TIDAK BENAR2 SERIUS DI TANGANI DAN

		SAYANGNYA, INDONESIA LEVIH DI KENAL DUNIA DALAM HAL KORUPSI DAN KONFLIK AMBISI UNTUK BERKUASA	is 10 of 10 Indonesia n.. 	collab ama Serie A, mr Lauran ce
Pemerinta h RI harusnya memberik an pengharga an, jangan diam saja	Hayguy how are you , frank	Thats all malaysian food la, jangan mengada ada nak cuba klaim klaim our food		
Saya sangat terharu dan mengucapkan terima kasih karena memperkenan alkan makanan dan segala sesuatu tentang indonesia Mr.laurance 	Bro I dont thin k most of indo nesi an eat nasi gore ng with bare hand s tho. we usua lly use spoo n... 	I know some people might disagree but lumpia is from philippines, and before anyone say anything im indonesian and i have said that before i know it was from philippine it was commonly found in Indonesia		
Buat kami, laurence	Coba sekali kali	Malaysia ada ke macam dia ni ?		

Selain itu, dalam video yang diunggah oleh Laurance Benson, analisis terhadap



word cloud yang menampilkan 30 kata terbanyak, yang sering digunakan oleh para penonton, menunjukkan beberapa kata kunci yang mencerminkan perhatian utama mereka terhadap konten tersebut. Salah satu kata yang paling dominan dalam *word cloud* adalah "Indonesia," yang muncul sebagai kata yang paling banyak dikomen. Adapun jika kita melihat hasil dari analisis teks dan jaringan yang ada menunjukkan tingginya antusiasme penonton terhadap masakan Indonesia dalam video Laurance Benson. Meskipun jaringan memiliki diameter 7, interaksi tetap aktif, dengan banyak komentar membahas rasa, penyajian, dan apresiasi terhadap Benson.

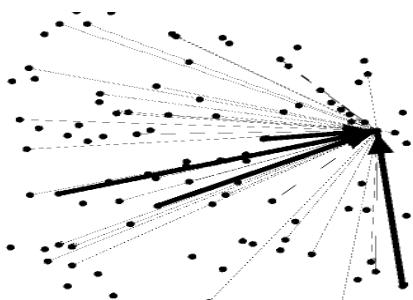
Panjang jalur rata-rata 3,16 menunjukkan efisiensi dalam penyebaran informasi, dengan

banyaknya replies yang memicu diskusi, termasuk dari penonton internasional. Meskipun beberapa node terisolasi, jaringan tetap relatif terhubung, menciptakan suasana inklusif dalam pertukaran informasi kuliner.



Secara keseluruhan, video ini mendukung gastrodiplomasi, menarik perhatian global, dan memperkenalkan kuliner Indonesia melalui diskusi tentang kelezatan, proses memasak, dan bahan khas Indonesia.

Analisis word cloud pada video IISMA RI menunjukkan bahwa kata "Dan" paling dominan, mencerminkan komentar panjang tentang masakan tradisional Indonesia. Kata "Dari" juga sering muncul, menunjukkan keterlibatan penonton dalam menyebut asal-usul makanan. Hal ini menggambarkan bahwa mayoritas penonton sangat tertarik dengan kaitan video tersebut dengan budaya dan masakan tradisional Indonesia. Ketertarikan ini menunjukkan seberapa besar perhatian yang diberikan oleh penonton terhadap topik yang dibahas dalam video, yaitu masakan khas Indonesia.



Analisis jaringan menunjukkan bahwa gastrodiplomasi masakan Indonesia melalui akun YouTube IISMA RI memiliki keterhubungan tinggi. Diameter jaringan yang hanya 2 mencerminkan penyebaran informasi

yang cepat dan efisien. Radius jaringan 0 menandakan bahwa semua aktor terhubung dalam diskusi yang inklusif, tanpa ada yang terisolasi. Hal ini memungkinkan partisipasi luas dalam promosi kuliner Indonesia.

Dengan panjang jalur rata-rata 1,95, interaksi terjadi secara cepat dan langsung. Komentar positif atau diskusi tentang masakan Indonesia dapat dengan mudah menyebar dan menarik perhatian berbagai pihak dalam jaringan.

Dari hasil perbandingan data dari sampel representatif kedua aktor di atas, dapat kita lihat bahwa aktor non-negara atau *non-state actor* lebih berpengaruh pada gastrodiplomasi atas masakan tradisional Indonesia melalui youtube. Hal itu dapat kita simpulkan dari banyaknya interaksi yang terjadi di komentar youtube sampel Laurance

Benson yakni berjumlah 861, sementara untuk sampel aktor negara yakni IISMA hanya berjumlah 52 komentar. Selain itu, hal ini dapat kita lihat pula dari data yang telah divisualisasikan melalui gephi, di mana komentar pada sampel akun non-negara memiliki lebih banyak nodes atau *replies* yang muncul akibat dari diskusi atau debat yang ada pada video tersebut.

Selain itu, sampel aktor non-negara juga berperan lebih banyak dalam menarik perhatian khalayak internasional melalui youtube, di mana terdapat beberapa akun youtube dari negara lain yang berkomentar mengenai makanan tradisional Indonesia. Selain itu dari 603 daftar video yang muncul melalui kata kunci “*Indonesian Traditional Food*” hanya video dari akun youtube IISMA-lah yang ada di daftar daftar tersebut yang mana peran *state-actor* atau negara harus terus ditingkatkan dalam hal ini.

KESIMPULAN

Melihat kekayaan kuliner nusantara yang melimpah, serta beragam rempah dan bumbu khas Indonesia, dapat disimpulkan bahwa negara ini memiliki peluang besar untuk memanfaatkan gastrodiplomasi guna mendukung pencapaian kepentingan nasionalnya. Apalagi dengan hadirnya media sosial seperti Youtube yang dapat digunakan dalam gastrodiplomasi. Kekayaan kuliner Indonesia yang melimpah dapat digunakan sebagai senjata di era globalisasi oleh khususnya aktor negara dalam memperkenalkan

budaya Indonesia. Dengan memanfaatkan keragaman ini, Indonesia dapat menciptakan citra yang kuat sebagai pusat kuliner dunia, sekaligus memperkenalkan keindahan budaya dan tradisinya yang beragam melalui makanan. Dengan hadirnya platform Youtube ini, maka memungkinkan untuk menyebarluaskan lebih lanjut lagi gastrodiplomasi masakan tradisional Indonesia yang tidak hanya terbatas pada aktor negara saja, namun juga aktor non-negara yang memiliki peranan besar dalam gastrodiplomasi masakan tradisional Indonesia melalui Youtube.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Athenaeus. (1927): *The Deipnosophists*. Translated by Charles Burton Gulick. Cambridge, MA: Harvard University Press; London: William Heinemann Ltd.
- Constantinou, C. M. (1996): *On the Way to Diplomacy*. University of Minnesota Press.
- Civitello, L. (2008): *Cuisine Culture: A History of Food and People*. Canada: John Wiley & Sons, Inc.
- Göcek , F. M. (1987): *East Encounters West: France and the Ottoman Empire in the Eighteenth Century*. New York: Oxford University Press, in cooperation with The Institute of Turkish Studies, Inc., Washington, D.C.
- Hans N. Tuch (1990). Communicating with the world : U.S. public diplomacy overseas Martin's Press: New York.
- Jacob, C. (2013): *The Web of Athenaeus*. Center for Hellenic Studies.
- Jan Melissen (2005). *The New Public Diplomacy Soft Power in International Relations*. Palgrave Macmillan: New York.
- Keatinge, Hilary, & Peters, Anneke. *The Flavour of Holland: Sketches and Recipes*. Schuyt & Co, 1995. ISBN 10: 9060973704 / ISBN 13: 9789060973707.

Lekkerker, C. (1938): *Land en volk van Java*. Groningen-Batavia: J.B. Wolters' uitgeversmaatschappij.

Miller, G. B. (1966): *The Thousand Recipe Chinese Cookbook*. Atheneum

Savarin, A. (2014). *The Physiology of Taste: Or, Meditations on Transcendental Gastronomy*. New York: Dover Publications.

The Deipnosophists. Or Banquet Of The Learned Of Athenaeus. London. Henry G. Bohn, York Street, Covent Garden. 1854.

Warsito, Tulus dan Wahyuni Kartikasari, Diplomasi Kebudayaan: Konsep dan Relevansi bagi Negara Berkembang, Studi Kasus Indonesia. Yogyakarta, Ombak, 2007.

Artikel :

Alamsyah, Y. (2008). "Bangkitnya bisnis kuliner tradisional". Jakarta: Elex Media Komputindo.

Anholt, S., Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R.D. (2002). Nation brands: the value of 'provenance' in branding.

Baker, P., & Hanna, M. (2020). "Gastrodiplomacy: International Cuisine and Cultural Relations." *Diplomatica: A Journal of Diplomacy and Society*, 2(1), 73-94. doi:10.1163/2588952X-BJA10010

Baskoro, R. M. (2022). Kisah Selera dari Negeri Rempah: Memahami

- Gastrodiplomasi dari Perspektif Indonesia. Indonesian Perspective, 7(2), 227-249.
- Chapple-Sokol, S. (2013). "Culinary Diplomacy: Breaking Bread to Win Hearts and Minds." *Public Diplomacy Magazine*, 3(2), 9-16.
- Dewi, N. K. J. N. (2022): "Nasi Goreng: Food and Wine Pairing / Fried Rice: Food and Wine Pairing". Jurnal Mahasiswa Pariwisata dan Bisnis Vol. 01 No. 05, pp. 1189-1204. EISSN 2579-3454. <https://dx.doi.org/10.22334/paris.v1i5>.
- Femina. 2014, February 2. Martabak manis alias kue terang bulan. Retrieved January 26, 2018, from <https://www.femina.co.id/article/martabak-manis-alias-kue-terang-bulan->
- Galuh, S. 2017. Persepsi Dan Perilaku Remaja Terhadap Makanan Tradisional dan Makanan Modern. E-Journal Student Pend. Teknik Boga-S1, 6(4).
- Goldstein, D. (1995): "Russia, Carême, and the Culinary Arts". *Slavonic and East European Review*, Vol. 73, No. 4.
- Handayani & Marwanti. 2011. Pengolahan Makanan Indonesia. Yogyakarta: Kementrian Pendidikan Nasional
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects.
- Information, Communication & Society, 8(2), 125-147. <https://doi.org/10.1080/1369180500146185>
- Herningtyas, R. (2019, October). Korean Gastro diplomacy: Strategy to enhance country promotion toward moslem countries. In *Third International Conference on Sustainable Innovation 2019–Humanity, Education and Social Sciences (IcoSIHESS 2019)* (pp. 247-252). Atlantis Press.
- Kitsou, S. (2005). "The Role of Culinary Diplomacy in Enhancing Public Diplomacy." *Journal of International Relations*, 17(4), 511-527.
- Larasati, W. U. (2023). *STRATEGI GASTRODIPLOMASI TEMPE MELALUI DIASPORA INDONESIA DI AMERIKA SERIKAT PADA ERA COVID-19* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta).
- Meigs, A.S. (1987). Food as a cultural construction. *Food and Foodways*, 2, 341-357.
- Maisyura, S. (2020). Gastrodiplomasi Republik Indonesia di Amerika Serikat tahun 2014-2019.
- Mulianingsih, M., Nabila, F., & Iftikhar, G. F. (2022). Social Media and Culinary: Analysis of @jktfoodbang as A Culinary Recommendation Platform. *COMMENTATE: Journal of*

- Communication Management, 3(1), 7–22. <https://doi.org/10.37535/103003120222>
- Naruetharadhol, P., & Gebsonbut, N. (2020). A bibliometric analysis of food tourism studies in Southeast Asia. *Cogent Business & Management*, 7(1), 1733829.
- Nurmufida, M., Wangrimen, G. H., Reinalta, R., & Leonardi, K. (2017): "Rendang: The Treasure of Minangkabau". *Journal of Ethnic Foods. Nutrition and Food Technology Department, Faculty of Life Science, Surya University, Indonesia*.
- Oetomo, D. (1987): *The Chinese of Pasuruan: Their Language and Identity*. Department of Linguistics, Research School of Pacific Studies, Australian National University.
- Park, H.W., & Lim, Y.S. (2020). Do North Korean Social Media Show Signs of Change?: An Examination of a YouTube Channel Using Qualitative Tagging and Social Network Analysis. *Journal of Contemporary Eastern Asia*, 19, 123-143.
- Park, J. H. (2018). The role of food in cultural diplomacy: The case of Korean gastrodiplomacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 14(3), 187-196. <https://doi.org/10.1057/s41254-017-0081-4>
- Riantia, A. (2018): "Food Culture Acculturation of Martabak Cuisine Originally from India to Indonesia". *Jurnal Studi Budaya Nusantara*
- Rohmawati, Y. (2024). Historiography of Indonesian Culinary: Tracing Trails and National Identity Through the History of Food. *Siginjai: Jurnal Sejarah*, 4(2). <https://doi.org/10.22437/js.v4i2.37758>
- Santos, F. P. (2007). "Social Network Analysis in Social and Behavioral Research." *Journal of Social Structures*, 8(1), 1-10.
- Takeoka Chatfield, A., Reddick, C. G., & Brajawidagda, U. (2015). Government surveillance disclosures, bilateral trust and Indonesia–Australia cross-border security cooperation: Social network analysis of Twitter data. *Government Information Quarterly*, 32 (2). <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.01.002>
- Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya: Perspektif komunikasi lintas budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36-44.
- Wang, J. (2006): 49-58. "Public Diplomacy and Global Business". *The Journal of Business Strategy* Vol.27 No.3
- Wiratri, A. (2017): "Cultural Negotiation through Food: Case Study of Chinese Soft Diplomacy in Indonesia". *Indonesia Institute of Sciences (LIPI)* Vol.4 No.2.