

KAJIAN LITERATUR: KUE TRADISIONAL INDONESIA SEBAGAI MEDIA DIPLOMASI BUDAYA

Literature Review: Traditional Indonesian Cakes as a Medium of Cultural Diplomacy

Febriani Lukitasari*¹, Anistian Nur Azizah²

^{1,2} Universitas Negeri Surabaya

*Corresponding author, e-mail: febriani.lukitasari@unesa.ac.id

ABSTRACT

Food is widely recognized as a universal medium of communication that transcends the boundaries between tribes and languages. In this context, culinary diplomacy emerged as an important strategy, in which food represents identity, history, and values. Traditional Indonesian cakes, such as Bika Ambon, Klepon, and Kue Clorot, carry a cultural narrative that integrates heritage, symbolism, and local wisdom. However, their role in international cultural diplomacy has received limited attention. This study explores the potential of traditional Indonesian cakes as cultural ambassadors that strengthen the nation's global presence. It addresses three central questions: (1) What symbolic meaning does traditional cake contain? (2) How are these culinary traditions represented in cultural diplomacy practices such as festivals and intercultural exchanges? (3) What challenges and opportunities arise in positioning them within Indonesia's *soft power* framework? The method in this study applies a qualitative descriptive approach through *systematic literature review* (SLR), cultural analysis, and case studies of culinary events, this study reveals that traditional cakes provide more than just sensory pleasure; They convey the values of togetherness, friendliness, and cultural resilience. As accessible cultural symbols, they foster deeper connections and cross-cultural understanding. This study concludes that traditional Indonesian cakes have a strong potential as an instrument of cultural diplomacy, and their strategic promotion internationally can improve Indonesia's cultural image while maintaining intercultural harmony.

Keyword: *Culinary diplomacy, traditional Indonesian cakes, cultural heritage, culinary identity, cross-cultural exchange*

ABSTRAK

Makanan diakui secara luas sebagai media komunikasi universal yang melampaui batas antara suku dan bahasa. Dalam konteks ini, diplomasi kuliner muncul sebagai strategi penting, di mana makanan merepresentasikan identitas, sejarah, dan nilai-nilai. Kue tradisional Indonesia, seperti Bika Ambon, Klepon, dan Kue Clorot, mengusung narasi budaya yang mengintegrasikan warisan, simbolisme, dan kearifan lokal. Namun, peran mereka dalam diplomasi budaya internasional telah mendapat perhatian terbatas. Studi ini mengeksplorasi potensi kue tradisional Indonesia sebagai duta budaya yang memperkuat kehadiran global bangsa. Ini membahas tiga pertanyaan sentral: (1) Makna simbolis apa yang tertanam dalam kue tradisional? (2) Bagaimana tradisi kuliner ini diwakili dalam praktik diplomasi budaya seperti festival dan pertukaran antar budaya? (3) Tantangan dan peluang apa yang muncul dalam memposisikan mereka dalam kerangka kerja *soft power* Indonesia? Metode dalam penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif melalui *systematic literature review* (SLR), analisis budaya, dan studi kasus acara kuliner, penelitian ini mengungkapkan bahwa kue tradisional memberikan lebih dari sekadar kenikmatan sensorik; Mereka menyampaikan nilai-nilai kebersamaan, keramahan, dan ketahanan budaya. Sebagai simbol budaya yang dapat diakses, mereka menumbuhkan hubungan yang lebih dalam dan pemahaman lintas budaya. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kue tradisional Indonesia memiliki potensi yang kuat sebagai instrumen diplomasi budaya, dan promosi strategisnya secara internasional dapat meningkatkan citra budaya Indonesia sekaligus memelihara harmoni antar budaya.

Kata kunci: diplomasi kuliner, kue Indonesia, warisan budaya, identitas pangan, pertukaran lintas budaya

How to Cite: Febriani Lukitasari¹, Anistian Nur Azizah². 2026. Kajian Literatur: Kue Tradisional Indonesia Sebagai Media Diplomasi Budaya. Jurnal Pendidikan Tata Boga dan Teknologi, Vol 7 (1): pp. 223-230, DOI: 10.24036/jptbt.v7i1.27083



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2019 by author

PENDAHULUAN

Makanan telah menjadi bagian penting dari kehidupan manusia. Melalui makanan, manusia dapat memenuhi kebutuhan asupan nutrisi yang diperlukan. Selain itu, Ningrum et al., (2024) menjelaskan bahwa makanan dapat digunakan untuk mencerminkan nilai, kepercayaan, dan filosofi hidup yang dianut oleh suatu budaya. Hal ini sejalan dengan penelitian (Wibowo et al., 2024) yang menyatakan bahwa kuliner dapat menjadi penghubung antar masyarakat. Oleh karena itu, (Harsana & Triwidayai, 2020) menyatakan bahwa kuliner memiliki potensi untuk menjadi bentuk budaya nyata yang memiliki ikatan yang erat dengan sejarah, hal ini karena di mana pun berada, kuliner selalu menawarkan cita rasa dan karakteristik tersendiri yang membedakan kuliner satu sama lain. Seiring dengan perkembangan zaman, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) seperti saat ini, (Aryand et al., 2020) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa masih banyak negara yang menjadikan kuliner sebagai cara untuk dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Sehingga, pemanfaatan kuliner sebagai media diplomasi sangat dibutuhkan.

Salah satu bentuk pemanfaatan kuliner dalam interaksi global adalah melalui diplomasi kuliner. Diplomasi ini bisa dikatakan sebagai bentuk pemanfaatan kuliner untuk pembangunan suatu negara. Menurut (Juyan Zhang dalam Ghafiqi, 2023) ada empat strategi dalam diplomasi kuliner, yaitu; (1) strategi pemasaran produk, strategi ini bertujuan untuk meningkatkan citra produk (2) *acara makanan*, dengan memasukkan produk dalam *acara internasional*; (3) *membangun koalisi*, bekerja sama dengan organisasi lain yang bertujuan untuk menyampaikan budaya; (4) *pemimpin opini*, memberikan pendapat kepada lembaga berpengaruh. Melalui strategi ini, diharapkan kuliner berpotensi menjadi *soft power* yang mampu mempengaruhi opini publik terhadap budaya suatu negara dan menyederhanakan pandangan global tentang identitas suatu negara (Ramadhan & Dermawan, 2019). Salah satu negara yang memiliki peluang besar dalam memanfaatkan kekayaan kuliner sebagai bagian dari diplomasi kuliner adalah Indonesia.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keragaman budaya yang sangat luas, termasuk dalam hal keragaman kuliner. Andriyanti & Setiawan, (2024) menjelaskan bahwa keanekaragaman kuliner Indonesia merupakan aset budaya yang penting dan sangat disayangkan jika varietas kuliner ini terkikis oleh globalisasi dan modernisasi. Salah satu bentuk kekayaan kuliner ini adalah kue tradisional. Kue tradisional merupakan hidangan khas suatu negara sebagai hasil dari warisan pendahulu yang telah diajarkan secara turun-temurun, dan kue tradisional sering ditemukan di pasar tradisional (Andriyanti & Setiawan, 2024). Senada dengan penelitian ini, Iskandar & Kristianto, (2023), ia menambahkan bahwa keragaman jenis kue dalam budaya kuliner seringkali menjadi bagian terpenting dari warisan budaya dalam suatu masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk memperkenalkan kue tradisional sebagai identitas nasional yang dapat digunakan dalam praktik diplomasi kuliner.

Berdasarkan penjelasan di atas, perumusan permasalahan dalam penelitian ini meliputi;

1. Makna simbolis apa yang tertanam dalam kue tradisional Indonesia pilihan?
2. Bagaimana tradisi kuliner ini terwakili dalam praktik diplomasi budaya seperti festival dan pertukaran antarbudaya?
3. Apa tantangan dan peluang yang muncul dalam memosisikannya dalam kerangka *soft power* Indonesia?

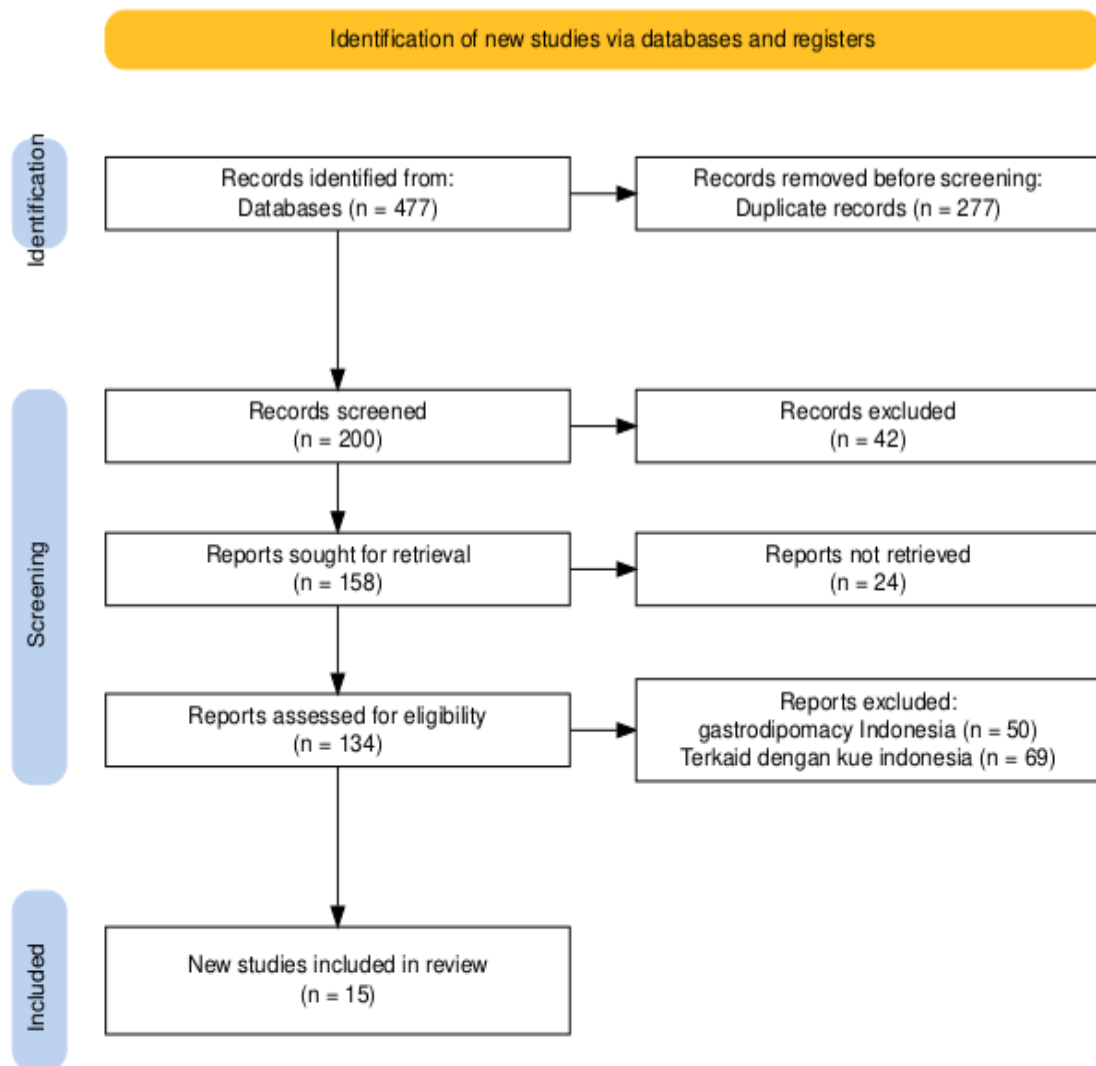
BAHAN DAN METODE

Penelitian ini menggunakan *metode tinjauan pustaka sistematis* yang digunakan dalam menjawab pernyataan peneliti secara sistematis dengan mengacu pada model prisma. Penelitian ini mengulas penelitian sebelumnya, terutama pada topik *gastrodiplomasi*. Pencarian literatur dilakukan pada 27 September 2025 menggunakan database dari *Google Scholar*. Pemilihan peneliti mengacu pada kriteria berikut:

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Pengecualian

Kriteria Inklusi	Kriteria Pengecualian
Diterbitkan antara 2020 hingga 2025	Diterbitkan sebelum 2020
Ditulis dalam bahasa Indonesia atau Inggris	Tidak ditulis dalam bahasa Indonesia dan Inggris
Terkait <i>gastrodiplomacy</i>	Tidak terkait dengan <i>gastrodiplomasi</i>
Terkait dengan kue Indonesia	Tidak terkait dengan kue Indonesia

Pencarian menggunakan beberapa kata kunci seperti, *Diplomasi Kuliner, Kue Indonesia, Warisan Budaya, Identitas Pangan, Pertukaran Lintas Budaya*, prisma disajikan pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1. SLR Prisma

Dari gambar di atas, diketahui bahwa dalam penelitian ini digunakan metode penelitian tinjauan literatur sistematis (SLR) dengan bantuan PRISMA untuk memastikan bahwa proses seleksi literatur dapat dilakukan secara sistematis, transparan dan terstruktur. Tahapan dalam PRISMA meliputi identifikasi, screening, kelayakan, dan termasuk. Pada tahap identifikasi, pendataan dilakukan dari beberapa database yang relevan dengan kata kunci penelitian, yang diperoleh sebanyak 477 artikel. Selanjutnya, dilakukan proses penghapusan duplikat yang menghilangkan sebanyak 277 artikel. Tahap kedua berupa screening, yaitu proses pemilihan artikel berdasarkan judul dan abstrak untuk menilai kesesuaian topik penelitian. Pada tahap ini, 42 artikel yang tidak relevan dihapus, menyisakan 158 artikel. Artikel tersebut kemudian memasuki tahap pengambilan teks penuh, tetapi sebanyak 24 artikel tidak dapat diakses sepenuhnya, sehingga hanya 134 artikel yang dapat masuk ke tahap berikutnya. Selanjutnya, tahap kelayakan di mana pasal memenuhi syarat sesuai dengan kriteria pencantuman dan pengecualian yang telah ditetapkan sebelumnya. Akibatnya, sebanyak 119 artikel dihapus. Pada tahap terakhir yaitu inklusi, terdapat 15 artikel yang memenuhi semua kriteria dan dapat dijadikan sumber dalam analisis penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Simbolisme Kue Tradisional Indonesia

Indonesia merupakan negara yang memiliki berbagai jenis kuliner, termasuk kue tradisional. Hidangan ini sering disajikan dalam upacara atau acara budaya seperti, pernikahan dan pemakaman, dengan klasifikasinya sendiri yang disajikan dalam upacara. Hal ini dikarenakan, setiap kue memiliki makna dan tujuan khusus ketika disajikan di acara tersebut. Selain itu, (Elsty & Sari, 2024) menjelaskan bahwa kue tradisional Indonesia telah ditetapkan sebagai aset budaya dan harus terus dilestarikan. Kue

Indonesia memiliki banyak variasi dari segi rasa dan bentuk, setiap daerah memiliki variasi kue dan filosofinya masing-masing. Seperti beberapa contoh kue tradisional Indonesia yang memiliki filosofi dan nilai budaya yang disajikan pada Tabel 2, sebagai berikut;

Tabel 2. Simbolisme Kue Tradisional Indonesia

Nama Kue Tradisional	Filosofi	Nilai Budaya
Bolu Kemojo	Kue Kemojo memiliki filosofi dimana kue ini mencerminkan keharmonisan antara manusia dan lingkungan. Bahan-bahan yang digunakan seperti santan, pandan, dan telur menunjukkan kedekatan masyarakat dengan alam. Selain itu, warna hijau hidangan ini diartikan sebagai simbol ketenangan dan keseimbangan yang sejalan dengan prinsip hidup masyarakat Melayu yang menjunjung tinggi harmoni dan kesederhanaan (Junia et al., 2025)	Kemojo berasal dari kata adalah Kamboja. Kue tradisional ini diberi nama kamboja karena dibuat dengan wajan berbentuk bunga kamboja. Bolu kamojo memiliki hubungan yang erat dengan tradisi dan budaya Melayu, khususnya masyarakat Provinsi Riau. Hidangan ini seringkali memiliki makna simbolis sebagai bentuk keramahan dan kebersamaan.
Kue Gemplak khas Betawi	Filosofi kue Gemplak dapat dilihat dari bahan dasar kue ini, yaitu beras yang melambangkan hasil, kemakmuran masyarakat setempat dan merupakan ukuran kebersamaan. Dalam proses pembuatan adonan, yang awalnya tersebar dan kemudian ditutup, itu melambangkan proses menghubungkan hubungan hubungan. (Elsty & Nahdlah, 2020)	Kue gemplak bukan hanya camilan manis, tetapi juga simbol budaya yang hadir di acara-acara penting dan kehidupan sehari-hari masyarakat Betawi. Sajiannya yang sehat melambangkan kebersamaan, sedangkan kombinasi kopi dan teh mencerminkan keseimbangan rasa dalam tradisi kuliner Betawi.
Iwel-iwel	Filosofi hidangan iwel-iwel adalah hidangan ini memiliki rasa gurih, melambangkan bahwa bayi yang lahir memiliki sifat yang menyenangkan dan memiliki kehidupan yang sejahtera. Hidangan ini berbentuk segi lima yang melengkung ke atas yang melambangkan simbol orang Jawa yang beriman kepada Allah dan mengamalkan lima rukun Islam.(Wulandari, 2024)	Iwel-iwel merupakan salah satu kue tradisional yang populer di wilayah Tulungagung, hidangan ini sering disajikan dalam upacara kelahiran. Hidangan ini dapat digunakan untuk melambangkan kebahagiaan atas kelahiran bayi sekaligus simbol keberuntungan bagi keluarga dan kerabat yang memakannya.
Kippo	Filosofi kue kippo tercermin dalam namanya "kipo" yang berasal dari kata "iki opo" yang mencerminkan kesederhanaan interaksi sehari-hari. Memiliki bentuk datar bertujuan untuk membuat hidangan ini dimakan sedikit demi sedikit sebagai hadiah atas proses pembuatannya yang rumit dan panjang. (Basthomi & Siti Nur Laili Rahmawati, 2022)	Kue kippo merupakan kue tradisional khas Yogyakarta, hidangan ini dikenal sebagai camilan di kalangan bangsawan keraton Mataram, sehingga hidangan ini memiliki nilai sejarah yang sangat tinggi.

Praktek Diplomasi Kuliner

Diplomasi kuliner merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan dalam mendongkrak perekonomian suatu negara. Selain itu, strategi ini juga menjadi sarana yang efektif bagi negara-negara berkembang agar lebih dikenal dan bersimpatik oleh masyarakat internasional. (Abhiyoga, 2021) menjelaskan bahwa melalui *Country branding* Indonesia dengan pendekatan sosial budaya, diharapkan dapat membuka peluang investasi dan dapat meningkatkan interaksi dan kerja sama internasional. Hal ini menunjukkan bahwa kuliner tidak hanya berfungsi dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia, tetapi juga dapat dijadikan alat diplomasi.

Acara *hari Indonesia* merupakan salah satu kegiatan yang dirancang oleh KBRI untuk memperkenalkan makanan Indonesia kepada khalayak luas melalui *acara demo memasak* yang dilakukan

oleh koki dari KBRI (KBRI Republik Indonesia). Selain itu, kegiatan budaya diakui sebagai upaya pengenalan makanan Indonesia. Misalnya, di Hongaria, KBRI berkolaborasi dengan *Budapest Business School* dalam melaksanakan dua program penting, yaitu kelas Indonesia dan kelas memasak makanan tradisional Indonesia (Adawiyah dan Rais 2023). Program ini merupakan sarana untuk memperkenalkan budaya secara holistik, tidak hanya melalui bahasa tetapi juga melalui pengalaman kuliner. Untuk menjalankan diplomasi ini, diperlukan kerja sama antara banyak pihak, tidak hanya peran pemerintah atau kedutaan besar.

Praktik lain terlihat dari program Indonesia Spice Up the World (ISUTW) yang telah ditunjuk oleh pemerintah sejak tahun 2021. Program ini menargetkan terciptanya ribuan restoran Indonesia di berbagai negara dan untuk dapat meningkatkan jumlah ekspor rempah-rempah sebagai bagian dari diplomasi publik (Ristiyanti dan Prakoso 2022). Melalui program ISUT, juga dapat digunakan untuk memperkenalkan kue tradisional Indonesia kepada pengunjung. Selain itu, pada ajang Indonesia Spice Up the World yang akan diselenggarakan di Den Haag, Belanda pada tahun 2024, program ini menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk menyaksikan demo live cooking yang dipimpin oleh seorang chef Indonesia. (Febriandhany et al., 2025) menjelaskan bahwa hasil acara ini dapat meningkatkan citra citra kuliner yang baru diangkat, dan berbagai menu seperti kue tradisional Indonesia yang ditawarkan dengan penyajian yang lebih modern dan inovatif untuk menarik minat generasi muda. Selain itu, melalui program ini, akan bermanfaat bagi pangan Indonesia yang akan memiliki peluang lebih besar untuk bersaing dengan pangan dari negara lain yang telah menerapkan strategi dimoplasti dalam waktu yang lebih lama.

Keberhasilan dalam diplomasi kuliner memiliki hubungan erat dengan keterlibatan pemerintah dan non-pemerintah, termasuk diaspora, asosiasi kuliner dan pelaku usaha. Dengan penggunaan diaspora di negara ini, secara langsung akan mendukung *proses gastrodipomasi*. Seperti Austria yang memiliki komunitas diaspora yang besar, sehingga mendukung promosi kuliner (Yayusman dan Mulyasari 2024). Beberapa cara yang dapat diadaptasi dalam upaya pengenalan kue tradisional Indonesia ke tingkat dunia adalah seperti yang tertuang pada gambar 2 sebagai berikut;



Gambar 2. Praktik Diplomasi Kuliner

Tantangan dan Peluang

Tujuan pemerintah dalam program diplomasi kuliner adalah untuk meningkatkan peran kuliner Indonesia di kancah internasional. Program ini memiliki potensi besar jika dilakukan dengan baik, namun juga menghadapi banyak permasalahan dan kendala yang harus diatasi agar dapat mencapai tujuannya. (Febriandhany et al., 2025) menyebutkan bahwa permasalahan yang menyebabkan *gastrodipomasi* tidak berjalan dengan baik adalah masing-masing pihak yang terlibat selalu berusaha untuk mempromosikan kuliner nasional dengan caranya masing-masing, sehingga koordinasi dan pertukaran informasi antar

instansi yang terlibat dalam program ini menjadi kurang optimal, sehingga Indonesia tidak memiliki karakteristik kuliner yang mudah diingat dan sulit untuk mempromosikan kuliner Indonesia di seluruh dunia.

Tantangan lain yang dihadapi adalah perbedaan preferensi makan dan budaya kuliner yang dapat mempengaruhi penerimaan makanan di negara tujuan. Beberapa hidangan tradisional yang mungkin dianggap lezat dan khas di negara asalnya, mungkin tidak diterima dengan baik di negara lain karena perbedaan budidaya atau nafsu makan (Tyas Untari et al. 2025). Misalnya, penggunaan daging babi atau ikan mentah mungkin kurang dapat diterima di negara-negara dengan mayoritas Muslim dan vegetarian.

Dengan pesatnya kemajuan teknologi dan meluasnya penggunaan media sosial di kalangan anak muda, *gastrodiplomasi* semakin menjanjikan dalam pembangunan dan menjadi lebih mudah untuk mendapatkan perhatian global. Pengenalan kuliner saat ini dapat dilakukan secara digital melalui berbagai platform seperti *YouTube*, *Instagram*, dan *TikTok*, yang dapat memfasilitasi penyebaran informasi yang cepat dan luas tentang makanan khas suatu negara (Kim et al., 2022). Hal ini memberikan kesempatan bagi negara berkembang untuk dapat mengoptimalkan praktik *gastrodiplomasi* tanpa batasan geografis, sehingga dapat menjangkau khalayak yang lebih luas.

Di era globalisasi, semakin banyak negara yang menyadari pentingnya membangun citra positif di mata dunia untuk memperkuat posisinya di tingkat internasional. Salah satu strategi yang dinilai efektif adalah dengan melakukan branding kuliner melalui diplomasi budaya. Strategi ini memanfaatkan makanan dan hidangan tradisional sebagai sarana untuk memperkenalkan budaya suatu bangsa kepada masyarakat global. Dengan diplomasi budaya, negara-negara dapat memamerkan makanan khas kuliner mereka, menumbuhkan kesadaran dan pemahaman, sekaligus memperkuat hubungan dengan negara lain (Sharma, R., & Sharma 2020).

Penguatan UMKM kuliner dalam program *Indonesia Spice Up the World* akan membuka peluang besar dalam diplomasi kuliner Indonesia. UMKM tidak hanya sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai duta budaya yang memperkenalkan kuliner Indonesia ke pasar global. Melalui inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan kolaborasi dengan diaspora dan jaringan internasional, UMKM dapat memperluas jangkauan kuliner Indonesia, meningkatkan ekspor, dan memperkuat citra dan posisi Indonesia di panggung dunia (Sophiana Widiastutie 2021). Berikut ini adalah beberapa tantangan yang dihadapi Indonesia dalam upaya menjadikan kue tradisional sebagai agen diplomasi kuliner. Ini disajikan pada gambar 3, sebagai berikut;



Gambar 3. Peluang

KESIMPULAN

Kue tradisional Indonesia berpotensi memberikan potensi yang besar sebagai media diplomasi budaya yang efektif dengan mewujudkan identitas budaya, kearifan lokal, dan nilai-nilai sosial bersama. Di luar

daya tarik sensoriknya, makanan tradisional ini menyampaikan makna simbolis yang terkait dengan kebersamaan, keramahan, dan ketahanan budaya, menjadikannya representasi budaya yang dapat diakses yang melampaui batas linguistik dan geografis. Melalui praktik seperti festival budaya, acara kuliner yang dipimpin oleh kedutaan, dan inisiatif nasional seperti *Indonesia Spice Up the World*, kue tradisional berfungsi sebagai instrumen *soft power* yang mendukung kehadiran budaya Indonesia secara internasional. Penelitian ini berkontribusi pada diskusi yang ada tentang diplomasi kuliner dengan menyoroti kue tradisional yang sering dibayangi oleh hidangan utama sebagai aset budaya strategis dalam kerangka gastrodiplomasi. Dengan menempatkan kue tradisional dalam konteks diplomasi budaya dan *soft power*, temuan ini menggaris bawahi relevansinya tidak hanya untuk pelestarian budaya tetapi juga untuk memperkuat pemahaman antarbudaya dan branding nasional. Oleh karena itu, mempromosikan kue tradisional Indonesia secara strategis di tingkat global dapat meningkatkan citra budaya Indonesia sekaligus mendorong pertukaran budaya yang berkelanjutan dan keterlibatan internasional. Keterbatasan dalam penelitian ini mengacu pada terbatasnya cakupan literasi terkait kue tradisional Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua individu dan lembaga yang berkontribusi dalam penyelesaian makalah ini. Apresiasi diberikan kepada sesama peneliti dan kolega akademis atas wawasan berharga dan umpan balik konstruktif mereka yang membantu meningkatkan kualitas naskah. Penulis juga mengakui dukungan dari lembaga dan organisasi yang sumber daya akademik dan publikasinya memberikan referensi penting untuk penelitian ini. Segala bentuk bantuan, baik intelektual maupun teknis, diakui dengan penuh syukur.

DAFTAR REFERENSI

- Abhiyoga, N. (2021). Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR) Strategi Gastrodiplomasi Tempe oleh Diaspora Indonesia di Amerika Serikat. *Padjadjaran Journal of International Relations (PADJIR)*, 3(2), 1–10. <https://doi.org/10.24198/padjir.v3i2.31172.31172>
- Adawiyah, R., & Rais, S. (2023). Gastrodiplomasi Sebagai Strategi Dalam Memperkenalkan Kuliner Indonesia Di Hungaria. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(9), 175–185. <https://doi.org/10.47492/jih.v12i2.2981>
- Andriyanti, A., & Setiawan, B. (2024). Upaya Pelestarian dan Pengembangan Kue Tradisional Betawi. *Jurnal Pariwisata Dan Perhotelan*, 1, 1–14.
- Aryand, A. D., Mardiawan, O., & Nurdianto, F. (2020). *Proses Adaptasi Kaum Muda yang Bermigrasi ke Kota Yogyakarta dan Bandung*. 25, 215–228. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol25.iss2.art4>
- Basthomi, I., & Siti Nur Laili Rahmawati. (2022). Urun Daya Masyarakat Dalam Reaktualisasi Kipo Sebagai Jajanan Khas Kotagede Yogyakarta. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 22(1), 37–48. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v22i1.2805>
- Elsty, K., & Nahdlah, Z. (2020). Penelusuran Sejarah, Filosofi Dan Budaya Makan Kue Geplak Khas Betawi. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(2), 69–75. <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i1.4745>
- Febriandhany, A., Naufal, K. D. A., & Fatima, A. J. (2025). Gastrodiplomasi Indonesia di Belanda Melalui Program “Indonesia Spice Up the World.” *JSIM: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 5(6), 1464–1469. <http://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v5i6.594>
- Ghafiqi, A. F. Al. (2023). Gastrodiplomasi: Strategi Indonesia Dalam Membangun Nation Branding Di Kancah Internasional. *Jurnal Hubungan Internasional*, 9, 140–152.
- Harsana, M., & Triwidayai, M. (2020). *Kata Kunci: Wisata Kuliner, Makanan Tradisional* 1 2. 15(1).
- Iskandar, J. S., & Kristianto, R. P. (2023). Pengenalan dan Klasifikasi Ragam Kue Indonesia menggunakan Arsitektur ResNet50V2 pada Convolutional Neural Network (CNN). *Prosiding Seminar Nasional AMIKOM Surakarta*, 1(November), 81–92. <https://ojs.amikomsolo.ac.id/index.php/semnasa/article/view/53>
- Junia, M., Claesya, C. F., Firmansyah, M., Gita, L., Girsang, P., Hasibuan, A., Esvika, D., Husna, A., Zahwa, S., & Nur, F. A. (2025). Filosofi Nilai Budaya Tradisional : Melalui Makanan yang Sedap yaitu Bolu Kemojo sebagai Ikon Khas Masyarakat Melayu Riau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2166–2172. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1873>
- Kim, J., Jang, J., Kim, B., & Lee, K. H. (2022). Effect of the Precede-Proceed model on health programs: a systematic review and meta-analysis. *Systematic Reviews*, 11(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s13643-022-02092-2>
- Ningrum, A. T. P., Dalimunthe, A. A., & Khoirala, A. C. (2024). The Relevance Of Simalungun Dayok Nabinatur Specialties In Cross-Cultural Learning. *Jurnal Intelek Insan Cendekia*, 1, 501–510.
- Ramadhan, F., & Dermawan, W. (2019). *Budaya Kuliner sebagai Soft Power : Studi Perbandingan Thailand dan*

Republik Korea. 6(2), 137–153.

- Sophiana Widiastutie. (2021). Diplomasi Ekonomi Dalam Mendukung Penguatan Ekonomi Digital Indonesia Studi Kasus: Gastrodiplomasi Dalam Program Indonesia Spice Up The World. *Jurnal Education and Development*, 9(4), 677–680.
- Tyas Untari, D., Nidaul Khasanah, F., Sandha Perdhana, T., Sukreni, T., & Satria, B. (2025). Gastrodiplomasi: Menilik Peran Makanan dalam Memperkuat Hubungan Antarbangsa. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 2(4), 180–185. <https://doi.org/10.38035/jkis.v2i4.1524>
- Wibowo, R. A., Ichdah, M., & Hayau, A. (2024). Kuliner Tradisional Nusantara Sebagai Bentuk Adaptasi Budaya pada Channel Youtube Shanty di China. *Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 2(4), 23–36. <https://doi.org/https://doi.org/10.59841/saber.v2i4.1660>
- Wulandari, A. (2024). Makna Filosofis Iwel-iwel dalam Selamatan Bayi di Jawa: Kajian Linguistik Antropologis. *Sasdaya: Gadjah Mada Journal of Humanities*, 8(1), 53–78. <https://doi.org/10.22146/sasdaya.12353>
- Yayusman, M. S., & Mulyasari, P. N. (2024). Indonesia's Spice-Based Gastrodiplomacy: Australia and Africa continents as the potential markets. *Journal of ASEAN Studies*, 12(1), 51–77. <https://doi.org/10.21512/jas.v12i1.8004>