

DAFTAR PUSTAKA

- Adesemowo, P., & Sotonade, O. 2022. *Basic of Education: The Meaning and Scope of Education*.
- Adi Prayitno, S., & Hartati, F. K. 2020. *Ilmu Dan Pengetahuan Bahan Pangan (Bahan Pangan Hewani)*.
- Agustini, I. 2019. *Upaya Pengembangan Makanan Lokal "Be Keren" Berbasis Wisata Kuliner di Kelurahan Kawan, Bangli, Bali*. *Journey*, Volume 2, No. 1, halaman 83-100.
- Ahmad, M. & Wilkins, S. (2024). Purposive sampling in qualitative research: A framework for the entire journey. *Quality & Quantity*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s11135-024-02022-5>
- Al Fiqri, Y., Suroyo, S., & Ibrahim, B. 2023. *Pengembangan Historical Tourisim E-Book Berbasis Cultural Heritage Bandar Senapelan Pekanbaru*. *Jurnal Industri Pariwisata*, Volume 6, No 1, Halaman 102–109. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i1.1255>
- Alghifari, E. S., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Sarman, R. 2022. *Strategi Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth untuk Komunikasi Konsumen*. *JKBM (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, Volume 8, No 2, halaman 114–127. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.6267>
- Andes, D., Hanifah, N., & Syahid, A. A. 2024. *Pengembangan Media Voice E-Book sebagai Upaya Penguatan Profil Pelajar Pancasila*. Volume 9, No 2, Halaman 540–547.
- Andreas, D. E. 2022. *Strategi Promosi Berbasis Sosial Media Guna Meningkatkan Minat Kunjung Wisatawan di Tuk Gong Adventure Kabupaten Magelang*. *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Volume 18, No 2, Halaman 91–96. <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i2.220>
- Antara, I., & Trimandala, N. 2023. *Potensi Kuliner Tradisional Bali sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Sanur*. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, Volume 6, No 1, Halaman 165-181.
- Anggraini, Ratih, Yolanda .M.S., and Husna L.Y. 2023. *Influencing Factors Enhancement Innovation Performance of Rural Tourism in Indonesia*. *European Journal of Business and Management Research*, Volume 8, No 3, Halaman 11-15. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2023.8.3.1939>

- Arcana, I., Wiratnaya, I., & Budiani, I. 2018. *Determinant Factors Affect Tourist Satisfaction towards Traditional Balinese Cuisine at Restaurants in Ubud Tourism Resorts, Gianyar, Bali*. *Advances in Economics, Business and Management Research*, Volume 52, Halaman 200-218.
- Ardika, I., Suter, I., Wardi, I., Wiguna, I., Yusa, N., & Kurniawan, P. 2018. *Kuliner Bali dalam Naskah Lontar Masyarakat Bali*. Swasta Nulus.
- A. S. Hussein, 2022. *Authenticity and Experience Quality Effect Customer Loyalty of Thematic Restaurants and Demography as Moderation*. Volume 3, No. 11, doi: 10.47153/jbmr311.5302022.
- Badan Pusat Statistik, P. B. 2023. *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Desember 2022*. Retrieved from Badan Pusat Statistik Provinsi Bali: <https://bali.bps.go.id/pressrelease/2023/02/01/717787/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-desember-2022.html>
- Budi, F., & Ari, Y. 2019. *Penggunaan Media Flash Card untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Sekolah Dasar*. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, Volume 3, No 2, Halaman 108-116.
- Beilharz, P. 2002. *Teori-teori Sosial: Observasi Kritis terhadap Para Filosof Terkemuka*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bela, B., & Persada, S. I. P. 2022. *Desain Informasi Ikigai Sebagai Nilai Hidup Bangsa Jepang Melalui Media E-Book*. *DIVAGATRA - Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, Volume 2, No 1, Halaman 30–43. <https://doi.org/10.34010/divagatra.v2i1.6469>
- Bayu, I. M., Prayogi, P. A., Sutapa, I. K., & Wisnawan. 2019. *Manajemen Pemasaran Pariwisata Model Brand Loyalty Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pedesaan*. Volume 1.
- Brilliantia, N., Abdul Fathah, A. H., & Hadi R, R. J. 2022. *Promosi Digital Wisata Kuliner Peneleh Melalui Pendekatan AISAS dan Word-Of-Mouth*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, Volume 3, No 1, Halaman 102–116. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v3i1.291>
- Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1982). *Qualitative research for education: An introduction to theory and methods*. Boston: Allyn and Bacon.
- Candrawati, A., & Wahyuni, A. 2021. *Strategi Pengembangan Potensi Kuliner Lokal dalam Menunjang Desa Wisata Ekologis di Desa Nyambu Kediri, Tabanan*. *Journey*. Volume 4, No 1, Halaman 153-168.
- Chaplin, J. 1997. *Kamus Lengkap Psikologi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Davies, S. 2013. *Routledge Companion to Aesthetics*. Routledge.

- Dawis, A. M., Murhadi, M., & Ardhani, R. 2023. *Virtual Reality Sebagai Media Promosi Wisata Kuliner Halal Di Solo Baru Sukoharjo*. INTEK : Jurnal Informatika Dan Teknologi Informasi, Volume 6, No 1, Halaman 87–93. <https://doi.org/10.37729/intek.v6i1.3161>
- Dikti, D. B. 2021. *Panduan Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia (KMMI)*. Jakarta.
- Dinas Pariwisata, P. B. 2023. *Banyaknya Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Bali. Satu Data Indonesia Provinsi Bali*: <https://balisatudata.baliprov.go.id/laporan/banyaknya-kunjungan-wisatawan-nusantara-ke-bali?year=2022&month=&date=>
- Djelantik, A. 2001. *Estetika: Sebuah Pengantar*. Bandung: Masyarakat Seni Pertunjukan Indonesia.
- MA., Adib 2011 *Filsafat Ilmu : Ontologi , Epistemologi , Aksiologi , dan Logika Ilmu Pengetahuan*. Pustaka Pelajar.
- Ekayani, I., & Ariani, R. 2021. *Penyajian Kuliner Bali. Jurusan Teknologi Industri Fakultas Teknik dan Kejuruan UNDIKSHA*.
- ElAdl, A., & Musawi, A. 2020. *Effects of Students Attitudes towards Using E-Books on Their Self-efficacy and Academic Motivation*. *European Journal of Educational Research*, Volume 9, No 3, Halaman 1167-1176. doi:10.12973/eu-jer.9.3.1167
- Fahmi, M., Andhika, F., & Wahyudi, E. 2021. *E-Book Panduan Desa Wisata Balesari sebagai Media Promosi*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*. Volume 4, No 1.
- Fela, R., Zharif, L., Arifani, E., Friansyah, R., & Syifaurohmah, M. 2014. *Promosi Makanan Khas Indonesia Melalui Wirausaha Jasa Berbasis Website Indonesia-Food.com*. *Pekan Ilmiah Mahasiswa Nasional Program Kreativitas Mahasiswa - Kewirausahaan*. Jakarta: Indonesian Ministry of Research, Technology and Higher Education.
- Gupta, T., Kumar, V., Gopal, S., & Singh, P. 2022. *Role of Food in Attracting Tourists towards Popular Tourism Destinations in India: An Empirical Study*. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, Volume 13, No 9, Halaman 2545-2548.
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). 2004. *Food tourism around the world*. Routledge.
- Hakim, I., & Hamidah, S. 2021. *The Role of Traditional Culinary in Supporting the Advancement of Culture in Yogyakarta Tourism Priority Destination*.

Mozaik Humaniora, Volume 21, No 2, Halaman 193-208.
doi:10.20473/mozaik.v2li2.29444

Hendrayana, M. 2011. *Strategi Pengembangan Makanan Tradisional Bali Di Hotel Area Sanur-Denpasar*. Jurnal Ilmiah Hospitality Management.

Hendriyani, G., Budiarsa, M., Antarab, M., & Sudiarta, N. 2020. *The Loyalty Model of Foreign Tourist Consuming Traditional Balinese food*. Global Business & Finance Review, Volume 25, No 3, Halaman 34-48.

Indonesia.Travel. 2021. *Bali, #1 Winner of 2021 TripAdvisor Travelers' Choice Award*. Retrieved from Indonesia Travel: <https://www.indonesia.travel/id/en/news/bali-1st-winner-of-2021-tripadvisor-travelers-choice-award>

Ismowati, M., Nur Avianto, B., Sulaiman, A., Liany Rihadatul Aisi, A., & Zaynul Firmansyah, V. 2022. *Edukasi Pariwisata Dan Aksi Sisir Pantai Dari Sampah Wisata Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Kawasan Super Prioritas Nasional (KSPN) Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat*. Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 5, No 1, Halaman 12–21. <https://doi.org/10.31334/jks.v5i1.2288>

Juniarti, A. C., & Suyitno, A. 2022. *Penyusunan E-Book Virus Sebagai Media Belajar Materi Virus Untuk Peserta Didik Kelas X SMA*. Jurnal Edukasi Biologi, Volume 8(1), 1–8. <https://doi.org/10.21831/edubio.v8i1.18170>

Junaedi, S., & Harjanto, J. 2020. *Examining the Effect of Destination Awareness, Destination Image, Tourist Motivation, and Word of Mouth on Tourists' Intention to Revisit*. Halaman 27–38. <https://doi.org/10.1108/s1571-038620200000027003>

Karmaningrum, D. A. Y. 2021. *Pemanfaatan Bumbu Bali Sebagai Pangan Fungsional Oleh*. <https://Repository.Poltekkes-Denpasar.Ac.Id/8678/1/Cover.Pdf>

Kanedi, I., Yupianti, & Utami, F. 2012. *Media Sarana Promosi Makanan Khas Bengkulu Berbasis Website Menggunakan Script PHP*. Jurnal Media Infotama, Volume 9, No 2, Halaman 206-225.

Kardini, R. 2021. *Pemanfaatan Food Photography dalam Media Sosial Instagram sebagai Media Pemasaran di Era Pandemi Covid-19*. Palembang: Universitas Sriwijaya.

KBBI. 2023. *Kamus Besar Bahasa Indonesia "rekonstruksi"*. Retrieved from Website Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/rekonstruksi>

- KBBI. 2023. *Kamus Besar Bahasa Indonesia "Seni"*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.web.id/seni-2>
- K. L. Keller and V. Swaminathan, 2020. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 5th Edition. United Kingdom: United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Kurniawati, A., & Ariyani, N. 2022. *Strategi Promosi Penjualan pada Marketplace Shopee. Propaganda*, Volume 2, No 1, Halaman 65–79. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i1.514>
- Liu, Y., Chou, P., & Lee, B. 2020. *Effect of an Interactive E-Book on Nursing Students' Electrocardiogram-related Learning Achievement: A Quasi-experimental Design*. *Nurse Education Today*. doi:10.1016/j.nedt.2020.104427
- Luthfiyah, & Khobir, A. 2020. *Ontologi , Epistemologi dan Aksiologi Filsafat Pendidikan. Jurnal Basicedu*, Volume 5, No 5, Halaman 524–532. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
- Mahrawi, M., Wahyuni, I., As-syifa, A. M., & Pramono, H. 2023. *Pengembangan E-Book Berbasis Android Pada Materi Protista*. *Jurnal Edukasi*, Volume 1, No 1, Halaman 146–156. <https://doi.org/10.60132/edu.v1i1.100>
- Marbun, B. 1996. *Kamus Politik*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Mardatillah, A. e. 2019. *Riau Malay Food Culture in Pekanbaru, Riau Indonesia: Commodification, Authenticity and Sustainability in A Global Business Era*. *Journal of Ethnic Foods*, Volume 6, No 3.
- Med, C. 2022. *Happiest Holiday Destinations 2022*. Retrieved from Club Med: <https://www.clubmed.co.uk/l/blog/worlds-happiest-holiday-destinations-2022>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. 2019. *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- Napitupulu, R. B., Sirait, C. B., & Zega, Y. 2022. *Pengaruh Iklan Dan Promosi Penjualan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Darma Agung Medan*. *Jurnal Global Manajemen*, Volume 11, No 1, Halaman 40. <https://doi.org/10.46930/global.v11i1.1563>
- Ningsih, S. 2022. *Edukasi Potensi Pariwisata Budaya Pada Makam Raja – Raja Binamu Di Kelurahan Bontoramba Kabupaten Jeneponto*. *JCS*, Volume 4, No 1, Halaman 15–23. <https://doi.org/10.57170/jcs.v4i1.33>
- Nur, A., & Tutiasri, R. 2022. *Pemanfaatan Instagram @dapurbalikpapan sebagai Media Promosi Kuliner Kota Balikpapan*. *Jurnal Komunikasi Universitas*

Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian, Volume 8, No 2, Halaman 871-884.

- Nurulwaasi, M. 2017. *Analisis Strategi Promosi dalam Pengembangan Pariwisata*. Lampung: Universitas Lampung.
- Pajriani, T. R., Nirwani, S., Rizki, M., Mulyani, N., Ariska, T. O., & Harahap, S. S. A. 2023. *Epistemologi Filsafat*. PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin, Volume 1, No 3, Halaman 282–289. <https://doi.org/10.55681/primer.v1i3.144>
- Petrovi, M. D., Vuksanovi, N., Demirovi, D., Radosavac, A., & Obradovi, V. 2024. *The Role of Culinary Tourism in Local Marketplace Business — New Outlook in the Selected Developing Area*.
- Primasari, A., & Siswojo, T. 2012. *Promosi Kuliner Lokal sebagai Daya Jual Pariwisata Indonesia untuk Backpacker Asing*. Jurnal Tingkat Sarjana bidang Seni Rupa dan Desain, Halaman 1-10.
- Purna, L., & Dwikayana, K. 2019. Betutu of Bali: Towards Indonesian Culinary Diplomacy. *Patanjala*, Volume 9, No 2.
- Putra, D., Marsiti, C., & Ariani, R. 2017. *Be Keren sebagai Kuliner Tradisional Khas Puri Agung Bangli, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali*. Singaraja: Jurnal Bosaparis.
- Putra, M. K., Suryadana, M. L., Safari, A. S., & Misran, M. 2022. *Produk Kuliner Berbahan Baku Lokal dalam Pengembangan Wisata Kuliner di Desa Wisata Neglasari, Kecamatan Cisompet Kabupaten Garut*. Barista : Jurnal Kajian Bahasa Dan Pariwisata, Volume 9, No 1, Halaman 46–60. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i01.450>
- Putri, N., Sari, N., & Sarjani, N. 2022. *Perancangan Buku sebagai Media Promosi dalam Event "Indonesia International Motor Show 2022*. Jurnal AMARASI, Volume 3, No 2, Halaman 181-191.
- Qalby, N., Majid, A., & Muttaqin Mustari, A. 2023. *Strategi Promosi Radio Prambors Makassar Dalam Mempertahankan Segmentasi Iklan Diera Digital 2022*. Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Volume 4, No 1, Halaman 29–35. <https://doi.org/10.33096/respon.v4i1.160>
- Rohman, A. T., & Avika, A. P. 2024. *Digitalisasi Wisata Kuliner Kabupaten Pati Melalui Inovasi Aplikasi Info Kuliner Berbasis Geographic Information System*. Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan, Volume 12, No 2. <https://doi.org/10.23960/jitet.v12i2.4150>
- Rut, W., Wollah, M., Rundengan, M., & Lumatauw, L. 2022. *Pengembangan Media E-Book dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Mahasiswa*

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Manado. Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis dan Pemasaran, Volume 4, No 2, Halaman 13-24.

Rr Yunita Puspendari, Suwandoko, & Rizza Arge Winanta. 2023. *Edukasi Media Sosial Dalam Mewujudkan Pariwisata Humanis di Desa Polengan Kecamatan Srumbung Kabupaten Magelang. Madani : Indonesian Journal of Civil Society, Volume 5, No 1, Halaman 96–103.* <https://doi.org/10.35970/madani.v5i1.1613>

Sabatari, W. 2006. *Seni: Antara Bentuk dan Isi. Imaji, Volume 4, No 2, Halaman 238-250.*

Safira, S. N., & Fauziah, S. 2023. *Optimalisasi Desa Wisata Melalui Festival Wisata Kuliner Di Desa Kedungpari Jombang. NEAR: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 3, No 1, Halaman 7–15.* <https://doi.org/10.32877/nr.v3i1.837>

Sagra, Y. 2020. *Culinary Art.* Retrieved from Scribd: <https://id.scribd.com/document/72240607/Culinary-Art>

Santyasa, I. 2023. *Metodologi Penelitian Pendidikan.* Singaraja: UNDIKSHA Press.

Shah, G., & Shende, K. 2017. *A Study on the Importance of Food Tourism and Its Impact on Creating Career Opportunities Amongst the Residents of Pune City. International Journal of Research in IT and Management, Volume 7, No 3, Halaman 192-208.*

Suarsana, I., Purna, I., Suteja, I., Sumadi, I., & Dyah, R. 2016. *Investasi dan Perlindungan Karya Budaya Betutu di Banjar Terung, Desa Peliatan, Kecamatan Ubud, Gianyar, Bali.* Kepel Press.

Sudrajad, M., & Lahiya, M. I. 2021. *Sosialisasi Dan Edukasi Pemilahan Sampah Pada Masyarakat Di Parkir Bus Pariwisata Sunan Bonang Kabupaten Tuban. ABDIMASNU: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Volume 1, No 2.* <https://doi.org/10.47710/abdimasnu.v1i2.75>

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D,* Alfabeta, Bandung

Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Alfabeta CV.

Sukerti, N. 2021. *Modul Teknik Pengolahan Kuliner Bali.* Program Studi Pendidikan Vokasional Seni Kuliner Fakultas Teknik dan Kejuruan UNDIKSHA.

- Sukerti, N., Marsiti, C., & Suriani, N. 2016. *Reinventarisasi Makanan Tradisional Buleleng sebagai Upaya Pelestarian Seni Kuliner Bali*. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora, Volume 5, No 1, Halaman 744-753.
- Sulistyawati, A. 2023. *The History of Babi Guling in the Tradition of Banten to Become a Typical Balinese Culinary*. Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management, Volume 6, No 1, Halaman 11-24.
- Sumardani, N. 2020. *Eksistensi Kuliner Babi Guling di Pulau Bali pada Masa Pandemi Covid-19*. Prosiding Seminar Teknologi dan Agribisnis Peternakan VII, Volume 7, Halaman 155-160. Retrieved from <http://jnp.fapet.unsoed.ac.id/index.php/psv/article/view/473>
- Sun, L., & Pan, C. 2021. *Effects Of The Application Of Information Technology To E-Book Learning On Learning Motivation And Effectiveness*. Frontier in Psycholog. Volume 12. doi:10.3389/fpsyg.2021.752303
- Suriani, d. 2018. *Identifikasi Hidangan Ayam Betutu sebagai Makanan Khas Bali*. Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja.
- Suriani, N. 2021. *Perbedaan Ayam Betutu Keren (Bangli) dengan Ayam Betutu Men Tempeh (Gilimanuk)*. Singaraja.
- Susanto, P., & Sasmita, M. 2023. *Strategi Bauran Pemasaran Kuliner Lotek dalam Meningkatkan Wisata Kuliner di Kabupaten Karawang*. Journal of Tourism and Creativity, Volume 7, No 2, Halaman 120. <https://doi.org/10.19184/jtc.v7i2.39918>
- Syaputra, E. R. 2023. *Pengaruh Promosi Menggunakan Iklan Media Cetak Dan Sosial Media Terhadap Minat Wisatawan Tubing River*. Volume 4, No 10, Halaman 282–292.
- Tawaqal, R. S., Rizkiana Poedjadi, M., Surya Putra, D., & Latifah Salim Nur Rohman, S. 2024. *Analisis Word Of Mouth (Wom) Sebagai Strategi Branding*. Journal of Digital Communication Science, Volume 2, No 1, Halaman 57–70. <https://doi.org/10.56956/jdcs.v2i1.290>
- Ta'wamaludin, R., Widiyanti, R., & Noor, A. 2022. *Perancangan E-Guidebook sebagai Media Promosi Wisata Kuliner di Kabupaten Garut*. Prosiding: The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar, Halaman 1323-1331.
- Testa, R. 2019. *Culinary Tourism Experiences in Agri-Tourism Destinations and Sustainable Consumption-Understanding Italian Tourists' Motivations*. Sustainability.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran, Edisi ke-2*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tripadvisor. 2023. *Travelers' Choice Popular Destinations - World*. Retrieved from Tripadvisor: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations-cPopular-g1>
- T. Zhang, J. Chen, and B. Hu, 2019. *Authenticity , Quality , and Loyalty : Local Food and Sustainable Tourism Experience*. Halaman 1–18.
- Utama, I., Putri, B., & Sukada, I. 2022. *Analysis of Factors Affecting Tourist Decisions in Purchasing Babi Guling as Balinese Culinary*. *International Journal f Life Sciences*, Volume 6, No 2, halaman 19-29.
- Utami, S. 2018. *Kuliner sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunitas Lintas Budaya*. *Journal of Strategic Communication*, Volume 8, No 2, Halaman 36-44.
- Wardani, P. 2023. *Pemanfaatan Sosial Media untuk Promosi Usaha Kuliner*. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, Volume 18, No 1, Halaman 1–4.
- Wexelbaum, R., Miltenoff, P., & Parault, S. 2011. *Ebook and Reading Comprehension: Perspectives of Librarians and Educators*. *Library Faculty Publications*, Volume 2, Halaman 1-12. Retrieved from http://repository.stcloudstate.edu/lrs_facpubs/2
- Widhiantara, I. G., Sari, N. K. Y., Permatasari, A. A. A. P., & Wiradana, P. A. 2022. *Bumbu Bali “Si Sedap Yang Sehat” Kajian Etnobotani, Metabolit Sekunder & Khasiat*. Deepublish.
- Widuri, A. F., & Dewi, C. K. 2023. *Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Myrubbylicious Fashion Store*. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, Volume 8, No 1, Halaman 112–121. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2178>
- Widyadhana, R. S., & Anne Ratnasari. 2022. *Promosi Produk Kuliner Melalui Instagram*. *Bandung Conference Series: Communication Management*, Volume 2, No 1, Halaman 87–91. <https://doi.org/10.29313/bcscm.v2i1.653>
- Widyaningsih, W., & Masitoh, S. 2022. *Kuliner Sebagai Eksistensi Budaya Pangan Lokal Dan Promosi Wisata Cirebon Jawa Barat*. *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, No 1, Halaman 20–28. <https://doi.org/10.35760/mkm.2022.v6i1.6066>
- Wijaya, S. 2019. *Indonesian Food Culture Mapping: A Starter Contribution to Promote Indonesian Culinary Tourism*. *Journal of Ethnic Foods*, Volume 6, No 9.

Yasin, N. Il, Indrayani, N., & Nurdin, F. 2022. *Menelusuri Sejarah Kuliner Jambi sebagai Inventarisasi Aset dan Promosi Wisata Kuliner di Provinsi Jambi*. Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, Volume 8, No 4, <https://doi.org/10.32884/ideas.v8i4.1046>



GLOSARIUM

No	Glosarium	
1.	Ayam Betutu	Hidangan khas Bali yang terdiri dari ayam utuh yang dibumbui dengan rempah-rempah khas seperti bawang merah, bawang putih, cabai, kunyit, jahe, kemiri, dan lengkuas. Ayam ini dimasak dengan cara dipanggang, dikukus, atau diasapi dalam waktu lama untuk menghasilkan rasa yang kaya dan tekstur yang lembut.
2.	Rempah-rempah	Berbagai bahan alami yang digunakan dalam masakan untuk memberikan aroma dan cita rasa khas. Dalam Ayam Betutu, rempah-rempah utama meliputi kunyit, ketumbar, kemiri, jahe, dan lengkuas.
3.	Menyembam	Teknik memasak tradisional di mana ayam yang telah dibumbui dibungkus dengan daun pisang dan dikubur dalam bara atau abu panas selama beberapa jam hingga matang dengan sempurna.
4.	Ayam Kampung	Jenis ayam yang dipelihara secara alami dengan pakan tradisional dan memiliki tekstur daging yang lebih kenyal serta rasa yang lebih gurih dibandingkan ayam hasil budidaya intensif.
5.	Ayam Boiler	Ayam yang dibudidayakan secara massal dalam waktu singkat, memiliki daging yang lebih empuk dan lebih cepat matang dibandingkan ayam kampung. Ayam ini sering digunakan sebagai alternatif dalam pembuatan Ayam Betutu.
6.	Basa Genep	Campuran rempah-rempah khas Bali yang digunakan sebagai bumbu dasar dalam berbagai masakan, termasuk Ayam Betutu. Basa Genep terdiri dari bawang merah, bawang putih, kemiri, ketumbar, jahe, kunyit, lengkuas, serai, dan daun jeruk.

7.	Bumbu Jangkep	Istilah lain dari <i>base genep</i> , yang merujuk pada bumbu lengkap khas Bali dengan kombinasi rempah-rempah lokal.
8.	Penyetan	Proses menumbuk atau meremas bahan makanan, terutama bumbu, untuk menghasilkan tekstur dan rasa yang lebih meresap ke dalam makanan.
9.	Sabut Kelapa (Coconut Husk)	Serat kasar yang terdapat pada bagian luar tempurung kelapa. Sabut kelapa sering digunakan sebagai bahan bakar alami dalam proses memasak tradisional seperti pemanggang Ayam Betutu
10.	Warung	Tempat usaha kuliner skala kecil yang menjual makanan dengan harga terjangkau. Warung biasanya dikelola secara tradisional dan menyajikan hidangan khas daerah.
11.	Masakan Tradisional	Metode memasak yang diwariskan secara turun-temurun dan menggunakan teknik serta bahan alami tanpa banyak campur tangan teknologi modern.
12.	Aksiologi	Studi tentang nilai dan etika dalam kuliner, termasuk estetika penyajian, keberlanjutan budaya, serta dampaknya terhadap kesehatan dan hubungan sosial.
13.	Authentic	Tingkat keaslian suatu produk atau pengalaman yang mencerminkan budaya aslinya.
14.	Babi Guling	Hidangan khas Bali berbahan dasar babi, biasanya disajikan dalam upacara adat atau acara khusus.
15.	Cita Rasa	Kombinasi rasa, aroma, dan tekstur yang menjadi ciri khas suatu makanan, seperti pedas, manis, asam, pahit dan gurih.
16.	Diplomasi Kuliner	Penggunaan makanan khas sebagai alat untuk memperkenalkan budaya dan mempererat hubungan antarbudaya.
17.	E-book	Buku digital yang digunakan sebagai media promosi dan edukasi seperti tentang ayam betutu.

18.	Estetika	Keindahan visual atau artistik yang meningkatkan daya tarik suatu objek, seperti penyajian makanan.
19.	Epistimologi	Studi tentang bagaimana pengetahuan kuliner diperoleh, dikembangkan, dan dievaluasi, seperti melalui eksperimen, tradisi lisan, dan dokumentasi tertulis.
20.	Experiential Learning	Metode pembelajaran berbasis pengalaman langsung.
21.	Gastronomi	Ilmu tentang makanan dan minuman yang mencakup Sejarah, budaya, seni memasak, serta pengalaman kuliner.
22.	Inovasi Kuliner	Pengembangan teknik memasak, bahan, atau penyajian baru untuk meningkatkan daya tarik pada hidangan.
23.	Kearifan Lokal	Pengetahuan dan praktik tradisional yang diwariskan secara turun-temurun di masyarakat.
24.	Keaslian Rasa	Rasa asli yang dihasilkan dari penggunaan bahan dan teknik tradisional.
25.	Konsistensi Tradisi	Upaya menjaga cara memasak, bahan, dan penyajian makanan tradisional agar tetap sesuai dengan warisan budaya.
26.	Kolaborasi Industri	Kerja sama antara pelaku usaha dan komunitas lokal
27.	Komponen Kuliner	Elemen-elemen penting dalam makanan, seperti bahan, bumbu, teknik pengolahan, dan penyajian.
28.	Kuliner Legendaris	Makanan yang telah dikenal secara luas dengan sejarah Panjang kurun waktu 20 tahun lebih.
29.	Narasi Kuliner	Cerita atau kisah di balik hidangan tradisional yang memperkuat nilai budaya makanan tersebut.
30.	Rekontruksi	Proses penyusunan ulang teori atau konsep berdasarkan data yang ada untuk mengembalikannya ke bentuk yang lebih asli dan relevan.
31.	Sesajen	Persembahan makanan yang digunakan dalam upacara adat atau keagamaan di Bali.

32.	Sekam	metode memasak tradisional di mana bahan makanan dimasak dengan cara ditutup atau dikubur dalam abu panas, bara api, atau pasir panas.
33.	Tabia Bun	Cabai Jawa yang sering digunakan dalam masakan bali untuk memberikan rasa pedas yang khas.
34.	Tunu	Metode memasak tradisional dengan cara memanggang di atas bara api atau sekam.
35.	Teknik Ungkep	Proses memasak dengan merebus bahan dalam bumbu hingga meresap dan matang sempurna.
36.	<i>Upih</i>	Pelepah daun pinang yang digunakan sebagai pembungkus makanan, terutama dalam proses memasak Betutu Keren.
37.	Word of Mouth Marketing (WOMM)	Strategi pemasaran yang mengandalkan ulasan atau rekomendasi pelanggan, sering digunakan dalam promosi kuliner tradisional.
38.	Ontologi	Studi yang mempelajari elemen-elemen dalam kuliner, seperti kategorisasi bahan makanan, teknik memasak, dan pengalaman kuliner yang berkaitan dengan budaya dan kesehatan
39.	Pangan Halal	Makanan yang diperbolehkan secara syariat agama, seperti ayam betutu yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.
40.	Pengalaman Sensorik	Makanan yang diperbolehkan secara syariat agama, seperti ayam betutu yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.
41.	Pelecing	Salah satu pelengkap hidangan khas Bali, berupa sayuran dengan bumbu pedas yang sering disajikan bersama ayam betutu.
42.	Urab	Hidangan tradisional Bali yang terbuat dari campuran sayuran dengan kelapa parut berbumbu. Sering

		menjadi pelengkap untuk ayam betutu.
43.	Wisata Kuliner	aktivitas yang melibatkan eksplorasi dan pengalaman makanan lokal di suatu daerah. Ini mencakup mencicipi masakan tradisional dan memahami budaya kuliner setempat.
44.	Kepuasan Wisatawan	tingkat kepuasan yang dirasakan oleh wisatawan setelah menikmati pengalaman kuliner. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan ini termasuk kualitas makanan, kebersihan, suasana restoran, dan harga.
45.	Masakan Tradisional Bali	makanan yang diolah dan disajikan oleh masyarakat Bali, menggunakan rempah-rempah lokal yang memberikan cita rasa dan aroma khas. Contoh masakan ini termasuk Ayam Betutu dan Babi Guling.
46.	Promosi Digital	strategi pemasaran yang menggunakan platform online, seperti media sosial, untuk mempromosikan produk kuliner. Ini termasuk penggunaan konten menarik untuk menarik perhatian konsumen.
47.	Loyalitas Wisatawan	kecenderungan wisatawan untuk kembali mengunjungi suatu destinasi atau restoran setelah mengalami kepuasan yang tinggi terhadap makanan dan layanan yang diberikan.
48.	Pengalaman Makan	aspek yang dialami oleh wisatawan saat menikmati makanan, termasuk rasa, penyajian, suasana, dan interaksi dengan staf restoran.
49.	Storytelling	teknik mendongeng yang digunakan untuk menjelaskan asal-usul dan makna di balik hidangan tertentu, yang dapat meningkatkan pengalaman bersantap wisatawan.
50.	Metode Penelitian	cara atau prosedur yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data dalam suatu penelitian. Dalam konteks ini, penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif dengan

		pendekatan etnografis.
51.	Desain Penelitian	rencana atau strategi yang digunakan untuk mengatur dan melaksanakan penelitian. Ini mencakup pemilihan subjek, objek, dan metode pengumpulan data.
52.	Pengumpulan Data	proses mengumpulkan informasi yang diperlukan untuk penelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.
53.	Observasi	teknik pengumpulan data di mana peneliti mengamati perilaku dan interaksi subjek secara langsung. Observasi dapat dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti terlibat dalam kegiatan yang diamati.
54.	Wawancara	metode pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan untuk mendapatkan informasi melalui tanya jawab. Wawancara dapat dilakukan secara mendalam untuk menggali informasi lebih lanjut.
55.	Triangulasi	teknik pengumpulan data yang menggunakan berbagai metode (seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi) untuk memastikan validitas data dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber.
56.	Reduksi Data	proses penyaringan dan pemfokusan data yang diperoleh untuk menghilangkan informasi yang tidak relevan dan menyoroti hal-hal yang penting dalam penelitian.
57.	Penyajian Data	proses menyusun dan menyajikan data yang telah direduksi dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti narasi, bagan, atau diagram.
58.	Kesimpulan dan Verifikasi	tahap akhir dalam analisis data di mana peneliti menarik kesimpulan dari data yang telah dianalisis dan memverifikasi kebenarannya untuk memastikan konsistensi dan relevansi dengan tujuan penelitian.

59.	Dokumentasi	proses mencatat dan menyimpan informasi yang diperoleh selama penelitian sebagai bukti yang dapat dipertanggungjawabkan. Ini mencakup catatan lapangan dan dokumen lain yang relevan.
60.	Purposive Sampling	teknik pengambilan sampel di mana peneliti memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian.
61.	Snowball Sampling	teknik pengambilan sampel di mana peneliti mulai dengan sejumlah kecil informan dan kemudian meminta mereka untuk merekomendasikan informan lain, sehingga jumlah informan bertambah seiring waktu.
62.	Pulau Bali	salah satu destinasi wisata paling populer di Indonesia, terkenal dengan keindahan alam, budaya, dan kulinernya. Dikelilingi oleh Laut Bali, Samudra Hindia, Selat Bali, dan Selat Lombok, Bali menawarkan berbagai atraksi wisata.
63.	Kabupaten Bangli	satu-satunya kabupaten di Bali yang tidak memiliki pantai, namun kaya akan keindahan alam dan budaya. Dikenal dengan Gunung Batur dan Danau Batur, serta kuliner tradisional seperti Ayam Betutu.
64.	Kabupaten Gianyar	pusat seni dan budaya Bali, terkenal dengan daerah Ubud yang merupakan jantung seni dan budaya. Ubud juga dikenal sebagai pusat wisata kuliner, termasuk Ayam Betutu yang dimasak dengan resep turun-temurun.
65.	Kota Madya Denpasar	pusat aktivitas pemerintahan, budaya, dan ekonomi di Bali. Meskipun modern, kota ini tetap mempertahankan kebudayaan Bali yang kaya, termasuk kuliner tradisional seperti Ayam Betutu, Babi Guling, dan Lawar.

66.	Daerah Gilimanuk	kota kecil di ujung barat Pulau Bali, dikenal sebagai pintu gerbang utama menuju Bali dari Pulau Jawa. Selain itu, Gilimanuk juga terkenal sebagai pusat kuliner Ayam Betutu yang legendaris.
67.	Pemandangan Alam	keindahan alam yang ada di sekitar lokasi, seperti pantai, gunung, danau, dan terasering persawahan yang menjadi daya tarik wisata di Bali.
68.	Pasar Tradisional	tempat di mana pedagang lokal menjual berbagai produk, termasuk makanan dan bahan makanan. Di Bali, pasar tradisional seperti Pasar Badung dan Pasar Kreneng menjadi tempat favorit untuk menikmati makanan lokal.
69.	Festival Kuliner	acara yang diadakan untuk merayakan dan mempromosikan berbagai jenis makanan, termasuk kuliner tradisional seperti Ayam Betutu. Festival ini menjadi ajang untuk memperkenalkan hidangan kepada masyarakat dan wisatawan.
70.	Periklanan	bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mempromosikan produk atau layanan melalui media seperti banner, brosur, dan iklan cetak. Dalam konteks kuliner, periklanan digunakan untuk menarik perhatian wisatawan terhadap menu yang ditawarkan.
71.	Motif Ekonomi	alasan yang mendorong pengembangan bisnis kuliner untuk memenuhi kebutuhan finansial. Dalam konteks Ayam Betutu, motif ini menjadi pendorong utama bagi pengusaha untuk membuka usaha kuliner.
72.	Kerjasama Industri	kolaborasi antara pengusaha kuliner dengan hotel atau restoran untuk mempromosikan produk kuliner. Ini membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan produk seperti Ayam Betutu.
73.	Media Sosial	platform online yang digunakan untuk mempromosikan produk kuliner. Pengusaha Ayam

		Betutu memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.
74.	Motif Pelestarian Budaya	alasan di balik pengembangan usaha kuliner untuk menjaga dan melestarikan warisan budaya, seperti resep dan teknik memasak tradisional Ayam Betutu.
75.	Seni Pengolahan	teknik dan metode memasak yang digunakan dalam pembuatan Ayam Betutu, termasuk teknik tradisional seperti menyembam (memasak dalam bara) yang memberikan cita rasa khas.
76.	Seni Penyajian	cara penyajian makanan yang unik dan menarik. Dalam konteks Ayam Betutu, penyajian dapat dilakukan dengan menggunakan <i>upih</i> (pelepah pinang) untuk memberikan keunikan.
77.	Motif Dorongan Lingkungan	faktor eksternal yang mendorong individu untuk membuka usaha kuliner, sering kali dipengaruhi oleh keberhasilan usaha kuliner lain di sekitar mereka.
78.	Pengembangan Kewirausahaan Lokal	upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menjalankan usaha kuliner, termasuk pelatihan dalam pemasaran dan inovasi produk.
79.	Nilai Utilitarian	prinsip yang menekankan penciptaan manfaat terbesar bagi banyak orang. Dalam konteks bisnis kuliner, ini berarti bahwa pengembangan usaha harus memberikan manfaat jangka panjang bagi pemilik, pekerja, dan masyarakat.
80.	Etika Bisnis	prinsip moral yang mengatur perilaku dalam dunia bisnis. Dalam pengembangan Ayam Betutu, etika bisnis mencakup penggunaan bahan alami dan ramah lingkungan serta penghormatan terhadap budaya

		lokal.
81.	Inovasi	proses menciptakan sesuatu yang baru atau memperbaiki yang sudah ada. Dalam konteks Ayam Betutu, inovasi dapat mencakup pengembangan varian rasa atau metode penyajian yang menarik.
82.	Kompetisi	persaingan antara berbagai usaha yang menawarkan produk serupa. Pengusaha perlu mempelajari praktik terbaik dari kompetitor untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk mereka.
83.	Pemasaran	proses mempromosikan dan menjual produk atau layanan. Dalam konteks Ayam Betutu, pemasaran dapat mencakup strategi untuk menarik wisatawan dan meningkatkan kesadaran akan kuliner tradisional Bali.
84.	Kualitas Produk	standar dan konsistensi rasa serta penyajian yang dijaga oleh pengusaha kuliner. Kualitas yang baik mendorong pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.
85.	Kunjungan Tokoh Terkenal	kedatangan selebriti atau influencer ke tempat kuliner yang dapat menarik perhatian publik dan meningkatkan popularitas hidangan, seperti Ayam Betutu.
86.	Pemberdayaan Masyarakat Lokal	upaya untuk melibatkan masyarakat setempat dalam bisnis kuliner, termasuk memberikan pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.
87.	Edukasi Nilai Budaya	proses mengajarkan konsumen tentang nilai-nilai budaya dan sejarah yang terkandung dalam hidangan, seperti Ayam Betutu, untuk meningkatkan apresiasi terhadap tradisi lokal.
88.	Peningkatan Produk	upaya untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk kuliner, termasuk teknik pengolahan dan

		penyajian yang baik untuk menarik konsumen.
89.	Penghargaan Terhadap Makanan Tradisional	peningkatan kesadaran dan apresiasi masyarakat terhadap nilai-nilai dan kualitas makanan tradisional seperti Ayam Betutu.
90.	Pemberdayaan Ekonomi Lokal	proses meningkatkan keterampilan dan kemampuan masyarakat lokal dalam industri kuliner untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.
91.	Kewirausahaan Lokal	pengembangan usaha yang dikelola oleh masyarakat setempat, berfokus pada produk dan layanan yang mencerminkan budaya lokal.

