

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan salah satu sektor utama yang menopang ekonomi Singapura. Dengan sumber daya alam yang terbatas, Singapura telah mengandalkan strategi diplomasi publik dan *soft power* untuk menarik wisatawan internasional. Salah satu bentuk diplomasi publik yang semakin efektif dalam beberapa tahun terakhir adalah penyelenggaraan konser musik internasional, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan global.¹

Konser Taylor Swift "*The Eras Tour*" yang digelar di Singapura pada tahun 2024 menjadi fenomena besar yang tidak hanya membawa dampak ekonomi bagi negara tersebut, tetapi juga memperkuat citranya sebagai destinasi wisata utama di Asia Tenggara. Dengan hanya memilih Singapura sebagai satu-satunya negara di Asia Tenggara dalam turnya, konser ini menarik ribuan penggemar dari berbagai negara tetangga, termasuk Indonesia, Malaysia, dan Thailand.²

Diplomasi publik melalui konser ini tidak hanya membantu meningkatkan pendapatan sektor pariwisata, tetapi juga memperkuat hubungan bilateral dengan negara-negara tetangga. Namun, kebijakan eksklusivitas konser ini juga

¹Kaya, G. M. (2023). Pengaruh Kekuatan Girlgroup Blackpink dalam Diplomasi Budaya Korea Selatan di Indonesia melalui Konser Born Pink di Jakarta 2023. Universitas Fajar.

²Riska, I. P. (2023). Diplomasi Publik Kota Makassar dalam Menarik Kedatangan Wisatawan Mancanegara Pasca Pandemi Covid-19 Tahun 2022-2023. Universitas Fajar.

menimbulkan persaingan ekonomi dan ketegangan diplomatik di antara negara-negara ASEAN, yang merasa dirugikan karena penggemar dari negara lain harus melakukan perjalanan ke Singapura untuk menyaksikan konser tersebut.³

Diplomasi publik tidak hanya berkaitan dengan upaya suatu negara untuk mempengaruhi pendapat warganya, tetapi juga mencakup aspek hubungan internasional.⁴ Diplomasi publik merupakan strategi yang digunakan oleh suatu negara untuk membentuk opini dan menarik simpati masyarakat asing melalui kebudayaan, pendidikan, media, dan pariwisata. Dalam konteks modern, budaya populer dan industri hiburan menjadi alat diplomasi yang semakin efektif.⁵

Diplomasi publik pada masa kini, tidak hanya menyangkut tentang politik tetapi juga sudah meliputi berbagai macam aspek baik dalam aspek ekonomi, aspek sosial dan budaya, hak asasi manusia serta aspek lingkungan hidup yang dimana akan selalu digunakan dalam situasi apapun serta dalam hubungan antar bangsa demi menciptakan perdamaian dalam dunia politik global untuk mencapai kepentingan nasional negara-negara bagian.⁶ Maka dari itu Singapura berusaha

³ Heryadi, R. D., & Sari, D. S. (2024). *Persaingan Ekonomi Anggota-Anggota ASEAN dalam Kepemilikan Eksklusif Konser Taylor Swift The Eras Tour di Singapura*. *Power in International Relations*.

⁴ Asep Saefudin Ma'mun, "Diplomasi Publik dalam Membangun Citra Negara" Universitas Esa Unggul, (<https://www.esaunggul.ac.id/diplomasi-publik-dalam-membangun-citra-negara/> . diakses pada tanggal 29 Mei 2024.

⁵ Pashya, M. H. (2020). *Ekonomi Politik Hubungan Indonesia-Tiongkok 2020*. Google Books.

⁶ Carbone, Fabio (2017). *International Tourism and Cultural Diplomacy: A New Conceptual Approach towards Global Mutual Understanding and Peace through Tourism*. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. <https://hrcak.srce.hr/file/263329> diakses pada tanggal 7 September 2024.

melakukan diplomasi publik untuk meningkatkan pariwisata negaranya melalui konser berbasis internasional.

Sektor industri pariwisata Singapura memiliki Singapore Tourism Board (STB) yaitu sebuah badan organisasi yang berada di bawah kendali departemen perindustrian dan perdagangan Singapura yang dikelola oleh dewan pariwisata.

STB ini didirikan pada tahun 1964, dimana awalnya nama badan ini adalah Dewan Promosi Pariwisata Singapura.⁷ STB bertujuan untuk mengembangkan berbagai bidang yang dianggap mampu untuk memajukan dan menumbuhkan ekonomi Singapura baik melalui sektor pariwisata, pendidikan, dan kesehatan. Sektor-sektor tersebut pada dasarnya menjadi *brand image* bagi Singapura guna menarik wisatawan untuk mengunjungi Singapura.⁸

Dalam hal ini Singapore Tourism Board (STB) sangat membantu dalam pengembangan dan pertumbuhan perekonomian Singapura. Untuk itu STB menciptakan sebuah program yaitu *Tourism Development Fund* (TDF). Dimana TDF ini dirancang untuk mengkatalisasi penciptaan produk dan eksperimen pariwisata yang inovatif dan berkualitas, serta untuk meningkatkan kapabilitas dan kinerja pekerja dalam sektor pariwisata. Dalam pelaksanaannya TDF diberikan anggaran dana dari pemerintah Singapura untuk kepentingan dari pertumbuhan

⁷Dewan pariwisata Singapura, diakses dari http://p2k.itbu.ac.id/ind/073-2950/Singapore-Tourism-Board_151593_itbu_singapore-tourism-boardtbu.html diakses pada tanggal 28 mei 2024.

⁸ STB, overview. <https://www.stb.govsg/content/stb/en/aboutstb/overview.html> diakses pada tanggal 28 mei 2024.

sektor pariwisata di Singapura.⁹

Dana yang telah dianggarkan pemerintahan Singapura diharapkan mendapat *profit* dari kegiatan yang akan diselenggarakan. Salah satu program TDF yang telah dijalankan yaitu, konser Taylor Swift “*The Era’s Tour*” yang dilaksanakan pada bulan Maret 2024 di Kawula Muda, Singapura. Dalam kegiatan ini, Singapura melihat peluang dalam pelaksanaan konser Taylor Swift dan menegosiasikan perjanjian eksklusif dengan pihak Taylor Swift. Singapura berdiplomasi dengan pihak Taylor Swift melalui STB. Dalam perjanjiannya Taylor Swift dilarang tampil di negara lain di Asia Tenggara, selain Singapura.¹⁰

Beberapa strategi yang digunakan Singapura dalam memanfaatkan konser ini antara lain: yang pertama, eksklusivitas regional dimana Singapura menjadi satu-satunya negara di Asia Tenggara yang menjadi tuan rumah konser Taylor Swift. Yang kedua, dukungan pemerintah dan insentif ekonomi pemerintah Singapura, melalui STB, memberikan berbagai fasilitas dan insentif bagi penyelenggara konser untuk memastikan acara ini berjalan dengan sukses. Yang ketiga, peningkatan infrastruktur pariwisata dimana penyelenggaraan konser ini mendorong peningkatan kapasitas hotel, transportasi, dan layanan wisata lainnya untuk mengakomodasi lonjakan wisatawan. Ke-empat citra global Singapura sebagai destinasi

⁹ Singapore Government <https://www.stb.gov.sg/content/stb/en.html> diakses pada tanggal 28 mei 2024

¹⁰ BBC <https://www.bbc.com/indonesia/articles/cv2yrxy1njo> diakses pada tanggal 7 juni 2024

wisata hiburan dimana keberhasilan menjadi tuan rumah konser Taylor Swift memperkuat posisi Singapura sebagai pusat hiburan dan pariwisata di Asia Tenggara.

Konser Taylor Swift diselenggarakan selama 6 hari dengan Singapura memberikan tunjangan konser sebesar 2-3 juta USD (atau senilai Rp 31,3 miliar hingga Rp 46,9 miliar).

Beberapa dampak yang dapat diidentifikasi yaitu, dampak pertama peningkatan jumlah wisatawan internasional dimana ribuan penggemar Taylor Swift dari berbagai negara datang ke Singapura, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan internasional secara signifikan. Dampak kedua, lonjakan pendapatan di sektor perhotelan, transportasi, dan ritel industri perhotelan mengalami peningkatan okupansi yang luar biasa selama periode konser. Dampak ketiga, ketegangan diplomatik di ASEAN karena kebijakan eksklusifitas. Dampak keempat, meningkatnya daya saing Singapura sebagai destinasi wisata hiburan Singapura semakin dikenal sebagai pusat hiburan di Asia Tenggara, yang dapat menarik lebih banyak konser dan acara internasional di masa depan. Singapura memandang bahwa bisnis pertunjukan dapat memberikan dampak ekonomi yang besar, dimana sektor lainnya juga terkait baik secara langsung maupun tidak langsung.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik meneliti tentang **“Strategi Diplomasi Publik Singapura dalam Meningkatkan Sektor Pariwisata melalui Konser Taylor Swift”**.

1.2 Rumusan Masalah

Tindakan yang diambil oleh Singapore Tourism Board (STB) mencapai target diplomasinya telah menjadi sorotan dan juga pelajaran bagi negara yang berada di Asia Tenggara. Dalam proses diplomasi publik yang dilakukan oleh STB merupakan peluang yang besar bagi sektor pariwisata yang menunjang bagi perekonomian Singapura. Peneliti berusaha untuk menyelidiki lebih dalam mengenai Singapore Tourism Board (STB) dan bagaimana strategi Singapura dalam melaksanakan diplomasi publiknya.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian ini adalah bagaimana strategi Singapore Tourism Board (STB) dalam diplomasi publik Singapura untuk meningkatkan sektor pariwisata negara melalui konser Taylor Swift pada Maret 2024?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi diplomasi publik yang digunakan Singapura dalam meningkatkan sektor pariwisata melalui konser Taylor Swift.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat Akademis:

1. Penelitian ini diharapkan mampu bermanfaat bagi pengembangan atau referensi studi hubungan internasional, khususnya dalam bidang diplomasi publik.

Manfaat Praktis:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan bagi para pembaca khususnya mahasiswa hubungan internasional mengenai peranan selain aktor negara, yaitu aktor non-negara yang ikut serta dalam melaksanakan praktik diplomasi dalam sebuah negara.
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan motivasi dan juga inspirasi bagi negara lain untuk melihat peluang dalam melaksanakan kepentingan negaranya.

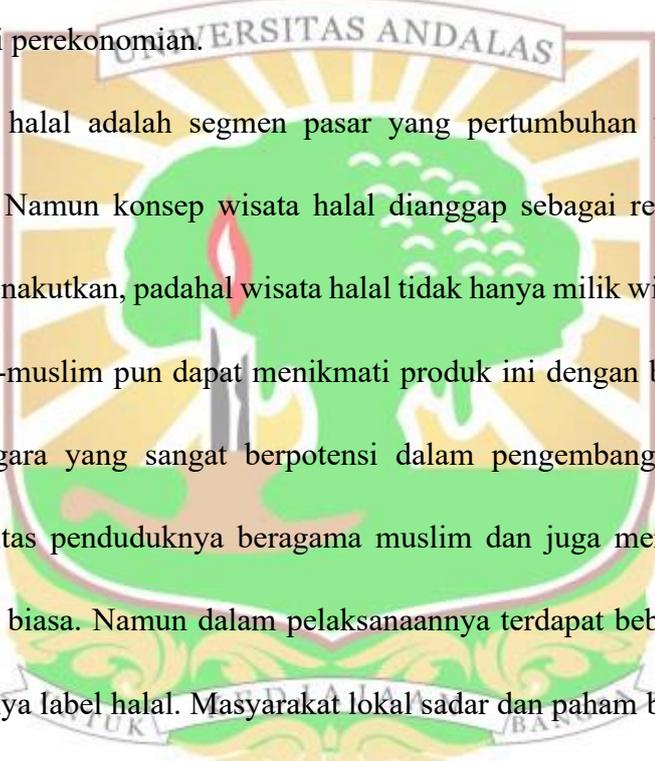
1.6 Studi Pustaka

Dalam menjawab pertanyaan penelitian, peneliti berusaha mencari sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber dan menemukan beberapa literatur yang relevan untuk dijadikan acuan dalam mengkaji topik yang diangkat. Beberapa literatur yang peneliti jadikan sebagai acuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Literatur pertama yaitu, peneliti mengambil artikel jurnal yang ditulis oleh Cyntia Keliat dan I Gede Eko Putra Sri Sentanu dengan judul “*Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era : Opportunity and Challenges*”.¹¹ Dalam tulisan ini dijelaskan bahwa pariwisata halal telah menjadi pasar yang ikonik, sektor ini lahir dari jumlah populasi muslim di dunia yang terus meningkat setiap tahunnya. Para ahli memperkirakan bahwa tahun 2020 akan menjadi masa dimana pariwisata

¹¹ Cyntia Keliat dan I Gede Eko Putra Sri Sentanu, “Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era: Opportunity and Challenges”. *Journal of Research on Business and Tourism* 2, No. 1 (2022)

halal jadi membaik. Para wisatawan muslim akan terus meningkat sebanyak 30% dimana hal ini akan selaras dengan peningkatan pengeluaran hingga 200 miliar USD berdasarkan MasterCard Crescenating. Namun pada tahun 2020 prediksi ini tidak terwujud karena Pandemi Covid-19 dan pada bulan Mei 2020 Kementerian Keuangann Indonesia menerbitkan laporan ekonomi keuangan yang dimana berisi tentang Pandemi Covid-19 akan terus berlanjut dan akan memberikan pengaruh yang besar bagi perekonomian.



Pariwisata halal adalah segmen pasar yang pertumbuhan yang luar biasa dimasa depan. Namun konsep wisata halal dianggap sebagai representasi suatu agama yang menakutkan, padahal wisata halal tidak hanya milik wisatawan muslim, wisatawan non-muslim pun dapat menikmati produk ini dengan bebas. Indonesia merupakan negara yang sangat berpotensi dalam pengembangan wisata halal dimana mayoritas penduduknya beragama muslim dan juga memiliki kekayaan alam yang luar biasa. Namun dalam pelaksanaannya terdapat beberapa tantangan seperti kurangnya label halal. Masyarakat lokal sadar dan paham bahwa mayoritas masyarakat Indonesia adalah muslim maka akan merasa tidak membutuhkan label halal pada restoran karena yakin bahwa produknya pasti dalam keadaan halal. Namun untuk wisatawan asing label halal sangat dibutuhkan untuk menarik minat dan kepercayaan. Dalam tulisan ini juga disebutkan bahwa peran pemerintah sangat dibutuhkan. Namun, dalam tulisan ini tidak dijabarkan bagaimana tantangan yang dihadapi oleh Indonesia dalam sektor wisata halal selama pandemi Covid-19 dan

bagaimana strategi Indonesia untuk pulih.

Liteatur kedua, peneliti menggunakan artikel jurnal yang ditulis oleh Ridha Ananda yang berjudul “Peranan K-pop Idol BTS (Bangtan Boys) dalam Program Generation Unlimited” pada tahun 2020.¹² BTS dapat dijadikan sebagai contoh dari aktor *non* negara yang mampu melakukan diplomasi secara tidak langsung dengan membawa budaya populer yang dimiliki oleh negara asalnya. Banyak masyarakat internasional yang akhirnya tertarik untuk mengunjungi Korea Selatan dalam menjalankan strategi diplomasi *nation branding*. BTS menjadi salah satu produk *Korean Wave* yang berhasil masuk dan sukses di pasar global, bahkan mampu diterima dan menyaingi popularitas budaya Barat. Pendekatan BTS terhadap produksi musik, program pemerintah Korea Selatan, serta turut berkontribusi dalam forum internasional telah mengubah pandangan dunia mengenai Kpop terkhususnya negara Korea Selatan. BTS sendiri dianggap sebagai grup K-pop yang sangat ideal untuk membantu dalam memenuhi pencapaian yang lebih besar lagi dari upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh Korea Selatan. Terutama dalam kerjasama internasional dengan Amerika Serikat. Dalam hal ini, penulis melihat bahawa BTS dapat dijadikan sebagai contoh aktor non negara yang dapat melakukan diplomasi secara tidak langsung dengan membawa budaya populer yang dimiliki oleh negara asalnya. Dapat dipahami juga bahwa budaya pop yang dimiliki sebuah negara dapat menjadu alat dama menjalankan strategi diplomasi publik

¹² Ananda, Ridha. (2020). Peranan K-pop Idol BTS (Bangtan Boys) dalam Program Generation Unlimited. JOM FISIP,7-10.

untuk mencapai kepentingan nation branding dari sebuah negara tersebut. Hal ini juga dapat membawa perubahan yang cukup signifikan bagi pengembangan negara jika dijalankan secara baik dan terarah.

Literatur ketiga, peneliti menggunakan artikel jurnal yang berjudul “*The Economic Impact of an Internasional Concert on The Locals*” yang ditulis oleh Phat Phuong pada tahun 2023. Konser Blackpink di Hanoi memberikan dampak yang besar bagi perekonomian dan pariwisata di kota ini. Meskipun pada saat itu harga tiket pesawat mahal, penerbangan ke kota Hanoi dan Ho Chi Minh telah dipesan penuh, dimana hal ini menunjukkan daya tarik yang luar biasa dari konser tersebut. Kehadiran Blackpink meningkatkan citra Hanoi sebagai destinasi yang aman dan juga ramah, karena para fans yang berkunjung ke Hanoi menuliskan bagaimana pengalaman mereka dalam berkunjung ke Hanoi, hal ini menarik perhatian global dan meningkatkan reputasi Vietnam di bidang pariwisata. Dalam hal ini Hanoi bertransformasi menjadi kota modern yang siap menjadi tuan rumah acara-acara penting lainnya.¹³ Konser Blackpink “*Born Pink*” menunjukkan dampak yang positif dalam menarik wisatawan dengan pengeluaran yang besar dan meningkatkan pariwisata di negara-negara tersebut. Hal yang sama juga dirasakan oleh negara tempat diadakannya konser “*Born Pink*” ini, yaitu negara Thailand dan Singapura, dimana konser Blackpink masing-masing menghasilkan pendapatan lebih dari \$20-30 juta dan lebih dari \$35 juta.

¹³ Phat Phuong (2023) : “*The Economic Impact of an Internatonal Concert on the Local*”

Literatur keempat, “*Competive Advantage Industri Pariwisata Halal Singapura Dalam Berdaya Saing di Asia Tenggara*” oleh Afni Regita Cahyani Muis dan Rifda Zulfani Aisyah pada tahun 2022.¹⁴ Dalam artikel jurnal ini dijelaskan pemerintah Singapura melakukan kerja sama dengan beberapa negara muslim, terutama Indonesia dalam bentuk kegiatan promosi industri pariwisata halal antar kedua negara. Kegiatan promosi juga dilakukan oleh pemerintah melalui *website* dan buku panduan pariwisata yang dikeluarkan oleh STB sebagai titik awal penyebaran informasi sekaligus menjadi usaha dalam pengembangan industri yang terkait. Dalam meraih keuntungan berkelanjutan dalam sektor ekonomi, Singapura menghadapi kompetisi dengan negara-negara kawasan sebagai tantangan dalam berkompetisi.

Artikel jurnal ini dapat digunakan sebagai pembanding dengan penelitian yang akan dilakukan, dimana dalam penelitian ini organisasi STB Singapura menggunakan wisata halal sebagai alat diplomasi publik untuk meningkatkan perekonomian dan juga kunjungan wisatawan ke negaranya, sedangkan dalam penelitian ini STB menggunakan Taylor Swift sebagai alat diplomasi publik yang dilakukan negaranya.

Literatur kelima, “*Indonesia-Singapore Cross Border Tourism Facts (Case Study on Kepulauan Riau, Batam-Bintan Reopening Travel Borders-Post Pandemic*

¹⁴ MUIS, Afni Regita Cahyani; AISYAH, Rifda Zulfani. *Competitive Advantage Industri Pariwisata Halal Singapura Dalam Berdaya Saing di Asia Tenggara*. *Intermestic: Journal of International Studies*, [S.l.], v. 7, n. 1, p. 54-77, nov. 2022. ISSN 2503-443X.

Situation)” oleh Eva Amalia yang ditulis pada tahun 2022.¹⁵ Artikel jurnal ini menjelaskan terkait strategi yang diambil oleh pemerintahan Singapura untuk mempercepat pelaksanaan pembukaan kembali perbatasan yang beberapa saat sempat ditutup akibat pandemi COVID-19. Dalam tulisannya Eva Amalia menjelaskan bahwa kebijakan pemerintah merupakan sebuah faktor utama dalam mendorong pemulihan sektor pariwisata yang berfokus pada dimensi politik, menggunakan diplomasi negara dan keputusan politik pemerintah sebagai sarana perbaikan ekonomi selama pandemi.

Artikel Jurnal ini dapat digunakan sebagai pembandingan dengan penelitian yang akan dilakukan, dimana dalam hal ini dijelaskan bagaimana cara Singapura melakukan kerjasama yang saling menguntungkan dengan aktor negara maupun aktor non-negara.

1.7 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual digunakan sebagai kerangka berpikir yang membentuk teori dengan mendeskripsikan alat analisis dan pertanyaan penelitian yang ditetapkan untuk menjelaskan variabel yang belum diketahui. Dalam hal ini peneliti akan menggunakan diplomasi publik sebagai kerangka konseptual untuk menganalisis permasalahan penelitian.

1.7.1 Diplomasi Publik

Dalam studi hubungan internasional, aktor-aktor pada saat ini tidak lagi hanya

¹⁵ Amalia, Eva & Arieta, Siti & Pangestoeti, Wahyu. (2023). Analisa Pest Arti Penting Batam dan Bintan Sebagai Entry Point Border Tourism dengan Singapura. Jurnal Mata Pariwisata. 2. 8-15. 10.59193/terapan_pariwisata_2.

melakukan aksi-aksi koersif yang bersifat *hard politics*, namun juga telah banyak bergeser menjadi upaya *soft politics* demi mempermudah pencapaian kepentingan negaranya.¹⁶ Salah satu bentuk *soft politics* yang dilakukan oleh berbagai negara pada saat ini adalah diplomasi publik citra dan reputasi baik di seluruh dunia yang dicapai dengan daya tarik dan persuasi menjadi lebih penting bagi negara daripada wilayah, akses, dan pertahanan yang sebelumnya diperoleh melalui aksi-aksi militer.¹⁷

Diplomasi publik menjadi suatu alat pemerintah untuk menyampaikan kebijakannya kepada mancanegara. Kepentingan nasional yang menjadi motif dari pemerintah untuk menjalankan diplomasi publik, motif ini menyangkut dengan pengenalan akan identitas negara, panggung penyampaian budaya dan ide-ide dari negara yang diarahkan atau tertuju untuk negara lain. Disisi lain diplomasi publik bermotif untuk membentuk citra baik atau positif negara dihadapan negara dunia. Dengan adanya motif dibalik diplomasi publik itu akan dapat merubah pandangan negara lain mengenai negara tersebut sehingga nanti dapat memudahkan interaksi, komunikasi, dan kerjasama pemerintah dengan negara lainnya. Diplomasi Publik bersifat terbuka dan memiliki jangkauan yang luas. Jay Wang melihat teori diplomasi publik ini multidimensi yang bertujuan sebagai berikut:

A. Sarana promosi tujuan dan kepentingan negara

¹⁶ Jan Melissen, *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (Palgrave Macmillan, 2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (Palgrave Macmillan, Diakses pada tanggal 10 juni 2024

¹⁷ Melissen, *The New Public Diplomacy*, 53.

B. Sarana komunikasi nilai dan sikap

C. Sarana kepercayaan antar negara dan masyarakat.

Berdasarkan tujuan itu teori diplomasi publik menekankan pada peran diplomasi dapat dijalankan oleh siapa saja baik pemerintah negara maupun individu-individu di masyarakat. Menurut Nye pada akhirnya tujuan dilakukannya diplomasi publik adalah untuk mendapatkan *soft-power*, dimana negara dapat menggunakan media publik untuk menekankan nilai-nilai guna mendapatkan *soft-power* tersebut¹⁸. Nilai yang ditekankan ini membentuk preferensi pihak lain tentang *soft power* yang kita miliki.

Menurut Mark Leonard terdapat tiga dimensi dari diplomasi publik.¹⁹

1. *News Management*

News Management atau *daily communication* merupakan cara negara untuk menjelaskan kepada masyarakat umum kenapa suatu kebijakan diambil untuk menyeimbangkan perubahan yang terjadi dan mendapatkan *image* yang diinginkan.

²⁰*News management* mengacu kepada respon cepat (*reactive*) suatu negara terkait isu yang terjadi umumnya terjadi dalam hitungan jam dan hari.

2. *Strategic Communication*

Merupakan sesuatu yang lebih mengarah pada suatu kampanye politik yang

¹⁸ Kajian Mandiri. "Indonesinis Sebagai Agen Soft Power: Upaya Pemanfaatannya bagi Diplomasi Indonesia" hal 12-13

¹⁹ Mark Leonard with Catherine Stead and Conrad Smewing, *Public Diplomacy* (2002) https://www.files.ethz.ch/isn/20958/Public_Diplomacy.pdf diakses pada tanggal 18 Agustus 2024

²⁰ Mark Leonard with Catherine Stead and Conrad Smewing, *Public Diplomacy* (2002) hal12-13

memuat pesan-pesan strategis. Mengkomunikasikan rencana-rencana strategis negara terkait suatu isu melalui agenda *proactive* untuk mengubah pandangan masyarakat terkait suatu negara.²¹ Ditandakan dengan penggunaan kata *timeline*, *simple themes*, *tagline*. Penempatan *Strategic Communication* dengan hitungan minggu, bulan, dan bahkan 1 tahun.

3. *Relationship Building*

Merupakan upaya negara membangun kerjasama jangka panjang dengan individu maupun kelompok yang dapat membangun *image* negara.²² Pendekatan ini dapat dilakukan dengan cara tradisional maupun dengan bantuan teknologi untuk menjangkau *audience* sebanyak-banyaknya. Pendekatan ini fokus kepada hubungan jangka panjang dan dapat memakan waktu hingga bertahun-tahun.

Dari pengertian menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa diplomasi publik adalah sebuah tindakan dari negara yang bertujuan untuk membangun hubungan baik dengan masyarakat luar negeri melalui pendekatan yang tidak bersifat *high politics*. Diplomasi publik berfungsi sebagai alat untuk mempromosikan kepentingan nasional melalui pemahaman, menginformasikan, dan juga mempengaruhi publik di luar negeri. Karenanya, diplomasi publik merupakan salah satu instrumen *soft power*.²³

Perkembangan dari diplomasi publik telah mengubah tujuan dari diplomasi

²¹ Mark Leonard with Catherine Stead and Conrad Smewing, *Public Diplomacy* (2002) hal 14-17

²² Mark Leonard with Catherine Stead and Conrad Smewing, *Public Diplomacy* (2002) hal 18-20

²³ Mellisen, Jan. (Ed) (2005). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. Basingtoke, United Kingdom: Palgrave Macmillan.

publik itu sendiri, pada awalnya diplomasi publik bertujuan untuk memperkenalkan kebijakan luar negeri dan menyebarkan nilai-nilai politik ke negara tujuan. Namun seiring dengan perkembangan sistem internasional tujuan tersebut telah berubah, diplomasi publik pada saat ini lebih berfokus kepada penciptaan reputasi negara yang baik secara keseluruhan berkaitan dengan kepentingan politik dan ekonomi.

Diplomasi publik dapat diartikan sebagai upaya untuk mencapai kepentingan nasional sebuah negara dengan cara *understanding, informing, and influencing foreign audiences*.²⁴ Diplomasi publik dipahami sebagai sebuah instrumen diplomasi yang paling dibutuhkan dalam mengembangkan politik diplomasi sehingga dapat menyentuh aspek budaya melalui komunikasi yang dilakukan, untuk menimbulkan sikap saling percaya satu sama lain. Dalam hal ini, sikap saling percaya satu sama lain menjadi landasan sosial bagi suatu negara dalam menjalin hubungan kerja sama dengan negara lain di berbagai belahan dunia, untuk mencapai kepentingan nasional negaranya secara lebih luas.

Diplomasi publik merupakan jenis diplomasi yang bersangkutan dengan keterlibatan publik dalam diplomasi. Pengikutsertaan publik dalam diplomasi memerlukan upaya penerapan ilmu *public relations* yang mengkaji berbagai strategi yang ada untuk mengikutsertakan aktivitas publik bagi sebuah negara. Penerapan ilmu *public relations* dalam mengevaluasi hasilnya sangat memerlukan kajian tentang kondisi opini publik, dan opini publik yang membangun apresiasi,

²⁴ Gonesh, Ashvin, Melissen Jan. (20025). *Public Diplomacy: Improving Practice*. The Hague, Netherlands Institute of International Relations Clingendael Diplomatic Studies Programme.

pengakuan terhadap sebuah negara yang didasarkan dengan sebuah pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman yang benar dari sebuah fakta.

1.8 Metodologi

1.8.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode analisis isi. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menitik beratkan pencarian makna dalam melihat realitas sosial untuk mendapatkan suatu pemahaman maupun kesimpulan.²⁵ Metode ini diyakini lebih mendukung dalam usaha menjawab pertanyaan yang diangkat dalam penelitian ini. Untuk jenis penelitiannya menggunakan jenis penelitian deskriptif analitis dimana fenomena yang ada dideskripsikan menjadi penjabaran yang lebih rinci kemudian dianalisis lebih lanjut oleh penulis. Sehingga, menjadi pengetahuan yang sesuai dengan fenomena yang muncul terkini.

Sehingga dapat dilihat dari pengertian di atas peneliti dapat menyimpulkan analisis ini merupakan sebuah cara untuk mempelajari dengan analisis mendalam suatu pesan dengan menggunakan karakter khusus objektif, sistematis guna menghasilkan suatu pemahaman terhadap isi dari pesan tersebut.

1.8.2 Batasan Penelitian

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah upaya diplomasi publik yang dilakukan Singapura dalam kurun waktu tahun 2020 sampai Maret 2024, pada

²⁵ Gumilar Rusliwa Somantri, Memahami Metode Kualitatif, *Journal Social Humaniora*, Vol.9 no2, 2005, hal 58

tahun 2020 saat terjadinya pandemi Covid-19 batasan akhir penelitian dilakukan pada bulan Maret 2024 karena hal ini bertepatan dengan diadakannya konser Taylor Swift di Singapura.

1.8.3 Unit dan Level Analisis

Unit analisis yaitu strategi yang hendak digambarkan, dalam penelitian ini penulis hendak menggambarkan strategi dari diplomasi publik Singapura yang merupakan unsur terikat atau dependen berdasarkan dampak yang diberikan oleh variabel independen.

Konser Taylor Swift yaitu sebagai unit eksplanasi yang merupakan sebuah variabel independen yang menentukan dan berdampak terhadap unit analisis.

Level analisis dalam Ilmu Hubungan Internasional dapat dipahami dalam tiga tingkat yaitu: *system-level analysis* yakni analisis yang menggambarkan pola umum perilaku negara dan tingkat ketergantungan antar negara dan dapat dipahami sebagai level analisis sistem. Kemudian tingkat analisis selanjutnya yaitu *state-level analysis* merupakan analisis yang menjelaskan perilaku suatu negara yang dipengaruhi oleh faktor internal dari sebuah negara tersebut. Tingkat yang ketiga yaitu *individual-level analysis* merupakan sebuah analisis tingkat individu dimana dalam hal ini manusia sebagai aktor yang lebih membutuhkan pemahaman *human nature*.²⁶

Dari tingkat ataupun level analisis diatas penulis menggunakan level analisis

²⁶ Yessi olivia, 2013, "Level Analisis Sistem dan Teori Hubungan Internasional" , Vol.5, No. 1 Juli 2013 Halaman 899

state-level analysis dimana secara garis besar mengamati perilaku negara dan faktor-faktor *internal* yang mempengaruhi negara tersebut dalam bertindak. Negara dalam hal ini merupakan negara Singapura sebagai acuan penulis dalam menilai faktor-faktor *internal* yang mempengaruhi tindakan negara.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mengumpulkan data utama dari *library research* dengan memanfaatkan data-data sekunder yang datanya bersumber dari perpustakaan, buku, artikel jurnal, *website* resmi baik dari pihak Singapura maupun Taylor Swift, dan juga situs-situs yang membahas tentang konser Taylor Swift di Singapura.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis isi kualitatif adalah teknik penelitian ilmiah yang ditujukan untuk mengetahui gambaran karakteristik isi dan menarik inferensi dari isi. Analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis dilakukan secara objektif, *valid, reliable* dan dapat direplikasi.²⁷

Analisis data merupakan proses berkelanjutan yang membutuhkan refleksi terus menerus terhadap data, mengajukan pertanyaan-pertanyaan analitis dan menulis catatan singkat sepanjang penelitian. Teknik analisis data dibutuhkan dalam penelitian dikarenakan data yang diperoleh dalam penelitian ini sangat

²⁷ Ahmad, Desain Penelitian Analisis Isi (*Content Analysis*), Sekolah Pascasarjana UIN Syarif Hidayatullah.

banyak. Sehingga aspek penting dalam analisis. Isi kualitatif yaitu mengidentifikasi unit analisis yang mencakup struktur, makna, interaksi, partisipasi dan perilaku sosial. Pada akhirnya analisis isi akan menghasilkan kategori maupun tema yang berisikan makna dari data yang dianalisis.

1.8.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi latar belakang yang menggambarkan permasalahan yang akan diteliti, tujuan penelitian, manfaat penelitian, rumusan masalah, kerangka konseptual, dan juga metodologi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB II KONDISI SEKTOR PARIWISATA SINGAPURA (PRA DAN PASCA KONSER TAYLOR SWIFT)

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan tentang kondisi sektor pariwisata Singapura pada masa sebelum dan sesudah dilaksanakannya konser Taylor Swift.

BAB III STRATEGI PEMERINTAHAN SINGAPURA MELALUI SINGAPORE TOURISM BOARD (STB) UNTUK MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA

Peneliti akan menjelaskan awal kemunculan dan kegiatan STB dalam melakukan diplomasi publik untuk meningkatkan sektor pariwisata Singapura.

BAB IV ANALISIS STRATEGI STB DALAM DIPLOMASI PUBLIK UNTUK MENINGKATKAN SEKTOR PARIWISATA MELALUI KONSER KONSER TAYLOR SWIFT MARET 2024

Pada bab ini peneliti akan melakukan analisis mengenai strategi STB sebagai media Diplomasi Publik Singapura untuk meningkatkan sektor pariwisata melalui konser Taylor Swift 2024.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran terhadap penelitian yang dilakukan.

