



Custodia: Journal of Legal, Political, and Humanistic Inquiry

Vol 2 No 1 September 2026, Hal 116-128
ISSN: 3123-2116 (Print) ISSN: 3123-2108 (Electronic)
Open Access: <https://scriptaintelektual.com/custodia>

Strategi Diplomasi Event Eksklusif dan Persaingan *Soft Power* di Asia Tenggara: Analisis Kritis Atas Negosiasi Konser Taylor Swift Singapura 2024

Aini Safitri^{1*}, Anna Yulia Hartati²

¹⁻² Universitas Wahid Hasyim Semarang

Email: pipitswift@gmail.com¹

Article Info :

Received:
27-07-2026
Revised:
21-08-2026
Accepted:
01-09-2026

Abstract

This study examines Singapore's public diplomacy strategy in securing exclusive hosting rights for Taylor Swift's The Eras Tour in Southeast Asia in March 2024 and its implications for soft power competition and ASEAN regional relations. Using a qualitative design combining Qualitative Document Analysis (QDA) and process tracing, the study analyzes government documents, institutional statements, tourism data, economic reports, and relevant scholarly literature. The findings indicate that Singapore integrated state financial support through the Tourism Development Fund (TDF), institutional coordination involving the Ministry of Culture, Community and Youth (MCCY), Kallang Alive Sport Management (KASM), and Singapore Tourism Board (STB), and world-class infrastructure to transform a commercial music event into an instrument of economic diplomacy and nation branding. The event generated substantial tourism and economic benefits while strengthening Singapore's international image as a global entertainment hub. However, the exclusivity arrangement also generated diplomatic tensions with Thailand and the Philippines, revealing a paradox between national interests and ASEAN solidarity. The study conceptualizes this strategy as "mercantilist soft power," demonstrating that event diplomacy can simultaneously enhance national attraction and intensify regional competition.

Keywords: ASEAN, Event Diplomacy, Nation Branding, Public Diplomacy, Soft Power.

Akbsrak

Studi ini menganalisis strategi diplomasi publik Singapura dalam memperoleh hak penyelenggaraan eksklusif konser Taylor Swift *The Eras Tour* di Asia Tenggara pada Maret 2024 serta implikasinya terhadap persaingan *soft power* dan hubungan regional ASEAN. Dengan menggunakan desain penelitian kualitatif yang menggabungkan *Qualitative Document Analysis (QDA)* dan *process tracing*, penelitian ini menganalisis dokumen pemerintah, pernyataan kelembagaan, data pariwisata, laporan ekonomi, dan literatur ilmiah yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa Singapura mengintegrasikan dukungan finansial negara melalui *Tourism Development Fund (TDF)*, koordinasi kelembagaan yang melibatkan *Ministry of Culture, Community and Youth (MCCY)*, *Kallang Alive Sport Management (KASM)*, dan *Singapore Tourism Board (STB)*, serta infrastruktur berstandar dunia untuk mengubah konser musik komersial menjadi instrumen diplomasi ekonomi dan *nation branding*. Penyelenggaraan konser menghasilkan manfaat pariwisata dan ekonomi yang signifikan sekaligus memperkuat citra internasional Singapura sebagai pusat hiburan global. Namun, pengaturan eksklusivitas tersebut juga memunculkan ketegangan diplomatik dengan Thailand dan Filipina, yang mengungkap paradoks antara kepentingan nasional dan solidaritas ASEAN. Penelitian ini mengonseptualisasikan strategi tersebut sebagai "*mercantilist soft power*" dan menunjukkan bahwa diplomasi event dapat secara bersamaan meningkatkan daya tarik nasional serta memperkuat persaingan regional.

Kata Kunci: ASEAN, Diplomasi Event, Diplomasi Publik, *Nation Branding*, *Soft Power*.



©2026 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Dalam lanskap hubungan internasional kontemporer, instrumen diplomasi telah mengalami pergeseran paradigmatik mendasar dari dominasi *hard power* militeristik menuju pemanfaatan *soft power* berbasis budaya, reputasi, dan ekonomi kreatif (Nye, 2021). Negara-negara tidak lagi hanya mengandalkan koersi atau insentif material langsung, melainkan semakin berfokus pada kemampuan memikat khalayak publik internasional melalui daya tarik identitas, nilai, budaya, serta kredibilitas kebijakan publik. Diplomasi publik kemudian berkembang melampaui komunikasi antarpemerintah menuju bentuk keterlibatan yang memanfaatkan pengalaman budaya dan acara berprofil tinggi sebagai

instrumen pembentukan persepsi internasional dan penguatan hubungan dengan publik asing (Cull, 2019). Salah satu varian diplomasi publik yang mengalami akselerasi setelah pandemi COVID-19 adalah *mega-event diplomacy*, yang sebelumnya lebih banyak dikaitkan dengan ajang olahraga internasional tetapi kini semakin meluas ke sektor hiburan, pariwisata, dan budaya populer. Perkembangan kajian mengenai *mega-events* menunjukkan bahwa acara berskala besar dapat berfungsi sebagai instrumen komunikasi geopolitik melalui peningkatan visibilitas, penguatan reputasi, dan penciptaan daya tawar diplomatik bagi negara penyelenggara (Kiilu, 2026). Jika penelitian terdahulu secara dominan menitikberatkan perhatian pada Olimpiade dan Piala Dunia sebagai instrumen *soft power* dan strategi negara (Grix & Kramareva, 2020), perkembangan pariwisata musik global memperlihatkan bahwa konser artis internasional juga mulai menjadi arena baru bagi kompetisi citra, kepentingan ekonomi, dan pengaruh antarnegara. Fenomena tersebut menjadi semakin relevan di Asia Tenggara karena negara-negara kawasan secara bersamaan berupaya memperkuat pariwisata, industri kreatif, identitas nasional, dan posisi strategisnya dalam lingkungan regional yang semakin kompetitif.

Pada Maret 2024, Singapura berhasil mengamankan hak sebagai satu-satunya pemberhentian konser Taylor Swift *The Eras Tour* di kawasan Asia Tenggara, sehingga sebuah pertunjukan musik komersial berkembang menjadi peristiwa yang memiliki konsekuensi ekonomi, pariwisata, dan diplomatik yang lebih luas. Melalui koordinasi antarlembaga yang melibatkan *Ministry of Culture, Community and Youth, Kallang Alive Sport Management*, dan *Singapore Tourism Board*, Pemerintah Singapura memberikan dukungan finansial strategis melalui *Tourism Development Fund* kepada promotor acara sebagai bagian dari upaya mengamankan penyelenggaraan konser tersebut. Kebijakan tersebut berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas pariwisata dan penerimaan ekonomi, sementara laporan *Singapore Tourism Board* menunjukkan kinerja kunjungan wisatawan dan penerimaan pariwisata yang kuat pada periode penyelenggaraan konser (Singapore Tourism Board, 2024). Signifikansi ekonomi konser tersebut juga dapat dipahami melalui fenomena *Swiftonomics*, yaitu dampak ekonomi luas yang muncul dari konser Taylor Swift melalui peningkatan permintaan akomodasi, transportasi, ritel, kuliner, dan aktivitas konsumsi destinasi sekaligus memperkuat *destination branding* kota tuan rumah (Gretzel & de Mendonça, 2024). Konser tersebut pada akhirnya tidak hanya menjadi transaksi antara artis, promotor, dan konsumen, tetapi juga menjadi sarana bagi negara untuk memperlihatkan kapasitas logistik, tata kelola, keamanan, konektivitas internasional, dan kesiapan infrastrukturnya. Penelitian mengenai pelaksanaan *The Eras Tour* di Singapura juga menunjukkan bahwa penyelenggaraan konser berpengaruh terhadap peningkatan kunjungan wisatawan, yang memperkuat posisi acara hiburan global sebagai bagian dari strategi pengembangan pariwisata nasional (Anwar, 2025). Persoalan yang muncul bukan sekadar mengenai besarnya keuntungan ekonomi yang diperoleh Singapura, melainkan mengenai bagaimana keterlibatan negara dalam mengamankan akses eksklusif terhadap sumber daya budaya global mengubah konser tersebut menjadi instrumen strategis dalam persaingan kawasan.

Kendati demikian, akuisisi eksklusif tersebut memicu perdebatan politik dan ekonomi di tingkat kawasan karena negara-negara ASEAN lainnya tidak memandang strategi Singapura semata-mata sebagai kebijakan pariwisata yang netral. Kritik dari negara-negara tetangga, termasuk pernyataan Perdana Menteri Thailand Srettha Thavisin dan Anggota DPR Filipina Joey Salceda, menunjukkan adanya kekhawatiran bahwa pengaturan eksklusivitas dapat memusatkan keuntungan ekonomi dari sebuah atraksi budaya global pada satu negara sekaligus mengurangi peluang destinasi ASEAN lainnya untuk memperoleh manfaat serupa (Heryadi & Sari, 2024). Kondisi tersebut memperlihatkan adanya ketegangan antara logika nasional untuk memaksimalkan keuntungan dari aset budaya yang langka dan logika regional yang menekankan integrasi ekonomi, kerja sama, serta distribusi manfaat pembangunan di antara negara-negara ASEAN. Literatur mengenai integrasi pariwisata Asia Tenggara menunjukkan bahwa keterhubungan regional dapat menghasilkan manfaat ekonomi lintas batas, tetapi persaingan kebijakan antarnegara juga dapat muncul ketika strategi nasional lebih mengutamakan daya saing destinasi dibandingkan kepentingan kolektif kawasan (Hall, 2020). Strategi Singapura menjadi semakin menarik karena negara tersebut tidak sekadar mempromosikan aset budaya yang telah dimilikinya, tetapi secara aktif berkompetisi untuk memperoleh akses eksklusif terhadap produk hiburan global yang bersifat bergerak dan terbatas. Penelitian mengenai kepentingan nasional Singapura dalam penyelenggaraan *The Eras Tour* menunjukkan bahwa keputusan tersebut berkaitan dengan kepentingan ekonomi, pariwisata, dan reputasi nasional, sehingga kebijakan tersebut perlu dipahami dalam kerangka kepentingan negara yang lebih luas (Astrini & Yumitro, 2025). Studi lain juga memperlihatkan bahwa

eksklusivitas konser tersebut merepresentasikan persaingan ekonomi antaranggota ASEAN, yang menunjukkan bahwa sebuah acara budaya dapat menghasilkan manfaat nasional sekaligus menciptakan tekanan kompetitif pada tingkat regional (Naila et al., 2024). Situasi tersebut menghadirkan persoalan teoretis penting mengenai apakah *soft power* selalu bersifat kooperatif ketika sumber daya budaya yang menghasilkan daya tarik internasional justru diperebutkan dan dikendalikan secara eksklusif oleh satu negara.

Sebagian besar literatur diplomasi publik modern menempatkan *soft power* sebagai instrumen yang memungkinkan negara membangun daya tarik, hubungan, dan legitimasi melalui budaya, nilai, serta kebijakan tanpa menggunakan paksaan langsung (Nye, 2021). Namun, pengalaman Singapura memperlihatkan bahwa daya tarik budaya dapat ditempatkan dalam strategi kompetitif ketika pemerintah berupaya mengamankan sumber daya budaya global yang terbatas untuk menghasilkan keuntungan nasional. Literatur mengenai *mega-event* sebelumnya telah menunjukkan bahwa negara dapat menggunakan acara internasional untuk memperoleh pengaruh diplomatik, membangun citra nasional, dan memperkuat posisi strategisnya, tetapi sebagian besar kajian masih berfokus pada olahraga dan tata kelola *mega-event* konvensional (Grix & Kramareva, 2020). Studi mengenai diplomasi budaya melalui pertunjukan musik juga telah menunjukkan bahwa konser internasional dapat memperkuat hubungan bilateral dan citra negara, tetapi perhatian penelitian lebih banyak diarahkan pada pertukaran dan kerja sama budaya daripada persaingan antarnegara untuk memperoleh hak eksklusif atas hiburan global (Ilham, 2024). Sementara itu, kajian *Swiftonomics* telah memperlihatkan bahwa konser Taylor Swift mampu menjadi katalis bagi *urban destination branding* dan aktivitas ekonomi, tetapi dimensi geopolitik dari keterlibatan negara dalam memperoleh eksklusivitas acara tersebut belum menjadi perhatian utama (Gretzel & de Mendonça, 2024). Kajian mengenai persaingan ekonomi kreatif di Asia Tenggara mulai menghubungkan *The Eras Tour* dengan kompetisi *soft power* dan kepentingan ekonomi kawasan, tetapi hubungan konseptual antara eksklusivitas acara, strategi diplomasi negara kecil, dan kohesi regional masih belum dijelaskan secara memadai (Ulla et al., 2025). Celah tersebut menunjukkan bahwa literatur masih cenderung memisahkan analisis antara dampak ekonomi konser, diplomasi budaya, *nation branding*, dan persaingan regional, padahal kasus Singapura memperlihatkan bahwa seluruh dimensi tersebut dapat berlangsung secara simultan dalam satu kebijakan negara.

Kesenjangan empiris dan konseptual tersebut menjadi semakin penting ketika Singapura ditempatkan sebagai *small state* yang beroperasi dalam lingkungan regional yang sangat terintegrasi dan kompetitif. Negara kecil memiliki keterbatasan dalam mengandalkan kapasitas militer atau sumber daya material berskala besar sehingga dapat menggunakan strategi *niche diplomacy* dengan memusatkan sumber daya pada bidang tertentu yang mampu menghasilkan pengaruh lebih besar daripada ukuran material negaranya. Dalam konteks tersebut, pengamanan *The Eras Tour* dapat dipahami sebagai strategi yang menggabungkan kapasitas pariwisata, koordinasi kelembagaan, kemampuan finansial, infrastruktur, serta konektivitas budaya global untuk menghasilkan keunggulan strategis. Penelitian mengenai kepentingan nasional Singapura menunjukkan bahwa penyelenggaraan konser tersebut memiliki keterkaitan dengan upaya memperoleh keuntungan nasional yang melampaui dimensi hiburan semata (Hakiki, 2024). Namun, pendekatan yang berfokus pada kepentingan nasional belum sepenuhnya menjelaskan bagaimana strategi tersebut memengaruhi konfigurasi *soft power* dan persepsi negara-negara ASEAN terhadap Singapura. Kajian tentang *nation branding* melalui acara internasional menunjukkan bahwa *mega-event* dapat memperkuat identitas dan posisi internasional negara sekaligus mengkomunikasikan kapasitas tata kelola dan kemampuan organisasi kepada audiens global (Harid & Sinambela, 2026). Masalah yang belum terjawab terletak pada apakah strategi eksklusivitas Singapura dapat dikategorikan sebagai inovasi *soft power* negara kecil atau justru sebagai bentuk *competitive cultural statecraft* yang menjadikan kemampuan menarik perhatian internasional berjalan beriringan dengan kemampuan membatasi akses negara lain terhadap sumber daya budaya yang sama. Menjawab persoalan tersebut memerlukan pendekatan yang tidak berhenti pada pengukuran dampak ekonomi atau citra, tetapi menelusuri hubungan antara keputusan pemerintah, koordinasi kelembagaan, kepentingan ekonomi, strategi diplomasi, dan respons politik negara-negara kawasan. Pendekatan *process tracing* relevan untuk kebutuhan tersebut karena memungkinkan penelitian mengidentifikasi rangkaian mekanisme yang menghubungkan keputusan kebijakan dengan konsekuensi politik dan institusional yang dihasilkan (Bennett & Checkel, 2015).

Penelitian ini menempatkan kasus negosiasi dan penyelenggaraan konser eksklusif Taylor Swift di Singapura pada persimpangan kajian diplomasi publik, *soft power*, diplomasi *mega-event*, ekonomi kreatif, *nation branding*, dan politik regional ASEAN. Berbeda dari penelitian yang melihat *The Eras Tour* terutama sebagai fenomena pariwisata atau keberhasilan ekonomi, penelitian ini memandang eksklusivitas penyelenggaraan sebagai strategi diplomasi event yang memungkinkan sebuah *small state* mengonversi daya tarik budaya global menjadi keuntungan ekonomi, reputasional, dan strategis. Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana Pemerintah Singapura mengorkestrasi strategi diplomasi publik dan kebijakan ekonomi kreatif dalam mengamankan konser eksklusif Taylor Swift 2024 serta bagaimana strategi tersebut memengaruhi persaingan *soft power* dan hubungan diplomatik di ASEAN. Analisis diarahkan untuk mengidentifikasi hubungan antara kepentingan nasional Singapura dan konsekuensi regional dari kebijakan eksklusivitas, terutama dalam kaitannya dengan persaingan ekonomi, citra negara, dan prinsip kerja sama kawasan. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperluas kajian *soft power* dan diplomasi publik dengan menawarkan pemahaman mengenai *exclusive event diplomacy* sebagai bentuk strategi ketika negara menggunakan acara budaya global yang terbatas untuk menghasilkan keunggulan nasional. Secara metodologis, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penelusuran proses kebijakan untuk mengidentifikasi mekanisme yang menghubungkan negosiasi, keputusan kelembagaan, kepentingan ekonomi, dan respons diplomatik dalam kasus Singapura. Kontribusi penelitian terletak pada upaya menjelaskan paradoks bahwa sebuah instrumen yang secara konseptual berakar pada daya tarik dan hubungan antarmasyarakat dapat sekaligus menjadi sumber kompetisi strategis dan ketegangan regional ketika akses terhadap acara budaya global dikelola secara eksklusif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian empiris kualitatif, karena analisis didasarkan pada data sekunder berupa dokumen kebijakan, pernyataan institusional, data statistik, serta literatur ilmiah yang digunakan untuk merekonstruksi proses negosiasi dan implikasi diplomatik penyelenggaraan konser Taylor Swift di Singapura pada 2024. Sumber data primer-sekunder yang bersifat dokumenter mencakup *Singapore Parliamentary Debates/Hansard*, publikasi resmi *Singapore Tourism Board* (STB), *Ministry of Culture, Community and Youth* (MCCY), serta pernyataan dan dokumen resmi pemerintah negara-negara ASEAN yang berkaitan dengan penyelenggaraan dan eksklusivitas konser. Data kuantitatif pendukung mengenai kunjungan wisatawan, penerimaan pariwisata, serta indikator ekonomi diperoleh dari laporan dan publikasi lembaga pemerintah maupun institusi keuangan yang relevan, sedangkan literatur ilmiah *peer-reviewed* digunakan untuk membangun konteks konseptual mengenai diplomasi publik, *soft power*, *nation branding*, dan *mega-event diplomacy*. Pengumpulan data dilakukan melalui *qualitative document analysis* (QDA) dengan teknik dokumentasi dan penelusuran sistematis terhadap dokumen yang memiliki relevansi langsung dengan proses pengambilan keputusan, kebijakan fiskal, pengelolaan event, dampak ekonomi, serta respons politik regional. Pemilihan dokumen didasarkan pada kriteria otoritas sumber, relevansi terhadap kasus, keterlacakan informasi, serta kedekatan temporal dengan proses negosiasi dan penyelenggaraan *The Eras Tour* 2024. Pendekatan dokumenter tersebut memungkinkan penelitian merekonstruksi tindakan dan keputusan aktor institusional tanpa menggunakan responden manusia, sehingga unit analisis penelitian berupa dokumen dan jejak kebijakan yang dapat diverifikasi secara publik. Kerangka *process tracing* digunakan untuk menelusuri keterkaitan temporal dan kausal antara keputusan pemerintah Singapura, orkestrasi kelembagaan, pemberian dukungan finansial, pengamanan eksklusivitas, serta munculnya konsekuensi ekonomi dan diplomatik sebagaimana karakteristik analisis proses kebijakan (Bennett & Checkel, 2015).

Analisis data dilakukan secara bertahap melalui *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* untuk mengubah informasi dokumenter menjadi kategori analitis yang relevan dengan permasalahan penelitian. Pada tahap *open coding*, peneliti mengidentifikasi informasi faktual mengenai negosiasi, dukungan atau hibah pemerintah, pengaturan eksklusivitas, indikator kunjungan wisatawan, pernyataan pejabat, serta respons negara-negara ASEAN. Pada tahap *axial coding*, kode-kode tersebut dikonsolidasikan ke dalam tiga kategori utama, yaitu orkestrasi kelembagaan dan kebijakan fiskal, dampak ekonomi dan pencitraan nasional, serta friksi diplomatik dan paradoks solidaritas ASEAN. Tahap *selective coding* kemudian digunakan untuk menyintesis hubungan antarkategori guna menjelaskan bagaimana strategi *event diplomacy* Singapura dapat menghasilkan keuntungan nasional

sekaligus membentuk pola persaingan *soft power* di kawasan, dengan konsep *soft power* dipahami sebagai kemampuan memperoleh hasil melalui daya tarik dan bukan semata-mata melalui pemaksaan atau pembayaran (Nye, 2021). Validasi analitis dilakukan melalui triangulasi sumber dengan membandingkan dokumen pemerintah, data statistik, laporan ekonomi, pemberitaan institusional, dan temuan penelitian akademik agar suatu klaim tidak bergantung pada satu sumber dokumenter saja. Keabsahan penelitian mengikuti prinsip *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* melalui perbandingan lintas sumber, penyajian konteks kasus secara mendalam, dokumentasi proses pengumpulan dan pengodean data, serta penelusuran setiap interpretasi kepada bukti empiris yang tersedia (Lincoln & Guba, 1985). Interpretasi akhir selanjutnya diuji secara kritis dengan mempertemukan temuan empiris mengenai kepentingan nasional Singapura dengan literatur mengenai persaingan ekonomi dan *soft power* di ASEAN, sehingga kesimpulan tidak hanya menggambarkan keberhasilan penyelenggaraan konser tetapi juga menjelaskan mekanisme diplomatik dan konsekuensi regional dari strategi eksklusivitas tersebut (Ulla et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Orkestrasi Kelembagaan, Negosiasi Eksklusivitas, dan Kebijakan Fiskal Singapura

Keberhasilan Singapura memperoleh penyelenggaraan eksklusif *The Eras Tour* pada 2024 memperlihatkan bahwa keputusan tersebut merupakan hasil intervensi kebijakan yang melibatkan aktor publik dan privat secara terkoordinasi, bukan semata-mata konsekuensi mekanisme pasar hiburan internasional. Rekonstruksi dokumen menunjukkan keterlibatan Kallang Alive Sport Management (KASM), Singapore Tourism Board (STB), Ministry of Culture, Community and Youth (MCCY), serta promotor AEG Presents dalam membangun kondisi kelembagaan yang memungkinkan Singapura menjadi satu-satunya destinasi Taylor Swift di Asia Tenggara. Dalam perspektif *process tracing*, rangkaian tindakan tersebut penting karena hubungan antara keputusan institusional dan hasil kebijakan harus dibaca sebagai suatu proses kausal yang memiliki urutan, mekanisme, serta bukti dokumenter yang dapat diverifikasi (Bennett & Checkel, 2015). KASM memiliki posisi strategis karena pengelolaan Singapore Sports Hub menempatkannya pada titik pertemuan antara kapasitas infrastruktur, pengelolaan venue, dan kebutuhan industri hiburan internasional. Keterlibatan lembaga tersebut memperlihatkan bahwa pengamanan konser dibangun melalui koordinasi antara kapasitas domestik dan kebutuhan aktor industri global, sehingga event internasional berfungsi sebagai objek kebijakan yang melampaui kepentingan komersial penyelenggara. Pola tersebut menunjukkan bahwa diplomasi event Singapura beroperasi melalui kemampuan negara mengonsolidasikan sumber daya kelembagaan untuk menghasilkan daya tawar dalam negosiasi internasional.

Struktur tersebut memperlihatkan suatu pola *whole-of-government approach* yang mengintegrasikan fungsi kebudayaan, pariwisata, pengelolaan fasilitas, dan kepentingan ekonomi dalam satu keputusan strategis. KASM menjalankan fungsi yang berkaitan dengan kesiapan dan pengelolaan venue, STB berperan sebagai institusi promosi pariwisata dan pemberi dukungan kebijakan, sedangkan MCCY menyediakan koordinasi politik dan administratif pada sektor kebudayaan serta olahraga. Keterlibatan beberapa lembaga tersebut tidak dapat dipahami sebagai pembagian tugas administratif biasa karena masing-masing institusi memiliki sumber daya berbeda yang kemudian dikonsolidasikan untuk meningkatkan daya tawar terhadap promotor internasional. Dalam kerangka *niche diplomacy*, konfigurasi demikian menunjukkan bagaimana negara kecil dapat mengubah keunggulan spesifik berupa infrastruktur, konektivitas, kepastian penyelenggaraan, dan kapasitas kelembagaan menjadi instrumen pengaruh yang lebih besar daripada ukuran materialnya (Cooper, 2015). Posisi STB sebagai lembaga yang memiliki mandat pengembangan pariwisata memperlihatkan bahwa keterlibatannya dalam event internasional dapat ditempatkan dalam kerangka kebijakan publik yang lebih luas, khususnya ketika event diperlakukan sebagai instrumen untuk meningkatkan daya tarik destinasi. Konfigurasi tersebut juga memperkuat temuan bahwa diplomasi event Singapura beroperasi melalui pertautan antara kewenangan publik dan mekanisme komersial, bukan melalui tindakan diplomatik konvensional semata.

Secara yuridis, penggunaan instrumen pariwisata untuk mendukung konser internasional perlu dibedakan dari pemberian keuntungan privat yang tidak memiliki dasar kewenangan karena Singapore Tourism Board Act 1963 memberikan kerangka kelembagaan bagi pelaksanaan fungsi dan kewenangan STB dalam pengembangan pariwisata. Ketentuan mengenai fungsi dan kewenangan Board serta pembentukan *Tourism Fund* menunjukkan bahwa dukungan pemerintah terhadap kegiatan yang

memiliki nilai pariwisata dapat ditempatkan dalam mandat kelembagaan STB sepanjang penggunaannya diarahkan pada tujuan yang sesuai dengan fungsi badan dan ketentuan dana. Interpretasi gramatikal terhadap norma tersebut menempatkan pengembangan pariwisata sebagai basis tindakan kelembagaan, sedangkan interpretasi teleologis memungkinkan event internasional dipahami sebagai instrumen untuk menghasilkan kunjungan, pengeluaran wisatawan, dan penguatan daya tarik destinasi. Posisi tersebut penting karena dukungan terhadap konser Taylor Swift tidak direduksi sebagai pembiayaan terhadap aktivitas artis, melainkan perlu dilihat berdasarkan tujuan kebijakan pariwisata yang menjadi dasar penggunaan instrumen fiskal. Perspektif tersebut sejalan dengan temuan Gretzel dan de Mendonça (2024) bahwa mega-konser dapat berfungsi sebagai katalisator *urban destination branding* sekaligus menciptakan efek ekonomi yang melampaui lokasi penyelenggaraan. Rasionalitas kebijakan tersebut juga tercermin dalam penjelasan pemerintah Singapura bahwa manfaat event dinilai berdasarkan dampaknya terhadap pariwisata dan sektor ekonomi terkait, bukan semata-mata berdasarkan pendapatan langsung dari penjualan tiket.

Tabel 1. Pemetaan Orkestrasi Kelembagaan dan Instrumen Kebijakan dalam Pengamanan Konser *The Eras Tour* di Singapura 2024

Aktor/Institusi	Instrumen atau Peran	Fungsi Strategis dalam Penyelenggaraan
MCCY	Koordinasi kebijakan kebudayaan, olahraga, dan event	Koordinasi kebijakan dan legitimasi pemerintahan
KASM	Pengelolaan Singapore Sports Hub/National Stadium	Kesiapan venue, logistik, dan hubungan dengan industri event
STB	<i>Tourism Development Fund</i> dan promosi pariwisata	Dukungan finansial dan peningkatan daya tarik destinasi
AEG Presents	Promotor internasional	Negosiasi komersial dan penyelenggaraan konser
Pemerintah Singapura	Koordinasi lintas institusi	Integrasi kepentingan ekonomi, pariwisata, dan reputasi

Tabel tersebut memperlihatkan bahwa eksklusivitas konser tidak dihasilkan oleh satu keputusan administratif yang berdiri sendiri, melainkan oleh interaksi beberapa instrumen pemerintahan dan pasar yang memiliki fungsi berbeda. STB mengonfirmasi adanya dukungan hibah untuk membantu membawa tur Taylor Swift ke Singapura, sementara lembaga pemerintah terkait berinteraksi dengan promotor AEG Presents dalam proses pengamanan penyelenggaraan event. Struktur tersebut memperlihatkan bahwa negara bertindak sebagai *policy broker* yang mengurangi hambatan transaksi dan meningkatkan daya tawar destinasi melalui koordinasi kelembagaan. Kedudukan AEG Presents sebagai aktor komersial juga menunjukkan bahwa negara tidak menggantikan mekanisme pasar, tetapi berusaha memengaruhi kalkulasi komersial mengenai lokasi, durasi, dan skala penyelenggaraan. Relasi tersebut menghasilkan bentuk tata kelola hibrida ketika kepentingan publik mengenai pariwisata dan kepentingan privat mengenai keuntungan pertunjukan dipertemukan dalam satu arsitektur kebijakan. Pola ini relevan dengan temuan Grix dan Kramareva (2020) yang menunjukkan bahwa mega-event dapat digunakan negara sebagai instrumen strategis untuk memperoleh keuntungan ekonomi, reputasi, dan pengaruh diplomatik.

Dimensi fiskal menjadi titik penting karena pemerintah Singapura menggunakan dukungan finansial sebagai salah satu instrumen untuk meningkatkan kemungkinan terselenggaranya enam pertunjukan di National Stadium. Menteri MCCY Edwin Tong menjelaskan di Parlemen bahwa pemerintah tidak dapat mengungkapkan jumlah dan persyaratan hibah secara terperinci karena pertimbangan kerahasiaan bisnis, sementara manfaat ekonomi yang diperkirakan menjadi dasar penting dalam mempertahankan dukungan terhadap event tersebut (Channel NewsAsia, 2024). Pernyataan tersebut mengandung dua konsekuensi analitis, yaitu adanya rasionalitas kebijakan berbasis *cost-benefit assessment* dan adanya batas transparansi publik mengenai parameter kontraktual yang digunakan pemerintah. Ketegangan antara perlindungan informasi komersial dan tuntutan akuntabilitas penggunaan sumber daya publik menjadi relevan dalam menilai legitimasi kebijakan fiskal yang melibatkan mitra privat. Pada satu sisi, perlindungan informasi komersial dapat dipahami sebagai

kebutuhan dalam negosiasi event global yang sangat kompetitif, sedangkan pada sisi lain, penggunaan instrumen publik menimbulkan kebutuhan untuk memastikan bahwa tujuan, kriteria, dan manfaat kebijakan dapat dipertanggungjawabkan. Temuan tersebut sejalan dengan Astrini dan Yumitro (2025) yang menempatkan kepentingan nasional sebagai faktor utama dalam keputusan Singapura mengamankan penyelenggaraan eksklusif *The Eras Tour*. Penilaian terhadap rasionalitas fiskal kebijakan karena itu tidak cukup didasarkan pada keberhasilan memperoleh konser, tetapi perlu memperhatikan hubungan antara dukungan negara, tujuan kebijakan, risiko fiskal, dan manfaat publik yang dapat diverifikasi.

Klarifikasi mengenai dukungan pemerintah juga penting karena pemberitaan awal mengenai nilai hibah menimbulkan persepsi bahwa Singapura membayar sekitar US\$2–3 juta untuk setiap pertunjukan sebagai imbalan atas eksklusivitas regional, sedangkan informasi pemerintah menunjukkan bahwa angka tersebut tidak dapat dipahami sebagai pembayaran per pertunjukan. Perbedaan antara angka yang beredar dan informasi yang dapat dikonfirmasi memperlihatkan pentingnya membedakan bukti dokumenter, pernyataan resmi, dan informasi sekunder dalam merekonstruksi proses kebijakan. Dalam pendekatan *qualitative document analysis*, perbedaan tersebut tidak dapat dihilangkan hanya dengan memilih informasi yang paling sering dikutip, tetapi harus ditempatkan sebagai bagian dari proses verifikasi dan penilaian reliabilitas sumber. Secara yuridis, kondisi tersebut memperlihatkan adanya batas antara transparansi pemerintahan dan perlindungan kepentingan komersial yang menjadi bagian dari hubungan negara dengan pelaku usaha. Dalam konteks *soft power*, intervensi negara terhadap event budaya global juga menunjukkan bahwa daya tarik budaya dapat dikombinasikan dengan strategi ekonomi dan kebijakan publik yang terencana, sehingga batas antara diplomasi budaya dan kepentingan ekonomi menjadi semakin kompleks (Nye, 2021). Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa kasus Singapura perlu dibaca sebagai bentuk diplomasi event yang mengintegrasikan kapasitas kelembagaan, kebijakan fiskal, infrastruktur, dan negosiasi komersial untuk menghasilkan keuntungan nasional sekaligus meningkatkan posisi Singapura dalam persaingan *soft power* regional.

Proyeksi Dampak Ekonomi Makro dan *Multiplier Effect* (*Swiftonomics*)

Penyelenggaraan enam pertunjukan *The Eras Tour* di National Stadium Singapura pada 3–9 Maret 2024 menunjukkan bahwa konser musik berskala global telah berkembang menjadi instrumen ekonomi yang memiliki konsekuensi lintas sektor, terutama melalui mobilitas wisatawan, peningkatan konsumsi, dan penguatan aktivitas jasa. Data yang dihimpun dari laporan Singapore Tourism Board (STB), analisis lembaga keuangan, serta publikasi terkait menunjukkan bahwa lebih dari 300.000 penonton menghadiri rangkaian pertunjukan tersebut, dengan proporsi signifikan berasal dari luar Singapura. Karakteristik tersebut menempatkan konser bukan sekadar sebagai kegiatan hiburan, melainkan sebagai *mega-event* yang menghubungkan industri musik dengan pariwisata, transportasi, akomodasi, perdagangan, dan ekonomi perkotaan. Gretzel dan de Mendonça (2024) menjelaskan bahwa fenomena *Swiftonomics* memperlihatkan kemampuan mega-konser dalam menciptakan efek ekonomi berantai sekaligus memperkuat *destination branding* melalui keterkaitan antara pengalaman budaya dan aktivitas perjalanan. Temuan tersebut relevan dengan konteks Singapura karena daya tarik Taylor Swift menghasilkan mobilitas konsumen lintas negara yang memperluas manfaat ekonomi jauh melampaui transaksi tiket konser. Posisi konser sebagai instrumen ekonomi juga memperlihatkan perubahan karakter *event diplomacy*, ketika negara dapat menggunakan daya tarik budaya populer untuk menghasilkan keuntungan ekonomi sekaligus memperkuat citra destinasi di pasar internasional.

Besarnya mobilitas penonton menunjukkan bahwa manfaat ekonomi konser tidak berhenti pada pendapatan penyelenggara karena pengunjung internasional membutuhkan penerbangan, akomodasi, makanan, transportasi lokal, aktivitas rekreasi, dan berbagai layanan pendukung selama berada di Singapura. Studi Anwar (2025) menunjukkan adanya keterkaitan antara pelaksanaan *The Eras Tour* dan peningkatan kunjungan wisata ke Singapura, sehingga konser dapat dipahami sebagai salah satu faktor yang memperkuat daya tarik destinasi pada periode penyelenggaraannya. Pola konsumsi tersebut membentuk *economic multiplier effect* ketika pengeluaran awal yang berasal dari wisatawan kemudian beredar melalui berbagai sektor ekonomi yang menyediakan barang dan jasa pendukung. Dampak semacam ini memperlihatkan karakter khas mega-event yang menggunakan satu aktivitas utama sebagai titik pemicu bagi aktivitas ekonomi turunan, sebagaimana ditunjukkan dalam studi mengenai hubungan antara mega-event, pariwisata, dan *soft power* (Alshikhy et al., 2025). Data STB juga

memperlihatkan bahwa periode penyelenggaraan konser bertepatan dengan aktivitas pariwisata yang kuat, sehingga event tersebut memiliki relevansi terhadap strategi pemulihan dan penguatan industri pariwisata pascapandemi. Kondisi tersebut membuat kebijakan mendatangkan artis global dapat dipahami sebagai bentuk investasi destinasi yang memiliki dimensi ekonomi sekaligus reputasional.

Tabel 2. Ringkasan Indikator Kinerja Ekonomi Konser Taylor Swift 2024 di Singapura

Indikator Ekonomi	Nilai Estimasi / Capaian Faktual	Sumber Data Resmi / Analisis
Total Penonton Konser	300.000 - 360.000 penonton (6 Pertunjukan)	STB / MCCY (2024)
Proporsi Wisatawan Mancanegara	~60% dari total penonton	Maybank Research / DBS (2024)
Estimasi Suntikan Pariwisata (Tourism Receipts)	SGD 300 juta - 500 Juta	Economists Projections (UOB/DBS)
Tingkat Okupansi Hotel (Occupancy Rate)	25%-85% Kenaikan YoY	Singapore Hotel Association (SHA)
Peningkatan Tarif Penerbangan	Kenaikan ~30% rute regional	Singapore Airlines & Scoot Data
Dampak terhadap PDB Kuartal I 2024	Kontribusi tambahan ~0,2%	Monetary Authority of Singapore

Tabel 2 memperlihatkan konsentrasi dampak ekonomi pada sektor yang secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan mobilitas wisatawan internasional. Estimasi 300.000–360.000 penonton menunjukkan skala permintaan yang besar, sedangkan proporsi wisatawan mancanegara sekitar 60 persen menunjukkan bahwa sebagian manfaat ekonomi berasal dari arus pengeluaran eksternal yang masuk ke perekonomian Singapura. Estimasi penerimaan pariwisata sebesar SGD300–500 juta juga memperlihatkan bahwa nilai ekonomi event tidak dapat diukur hanya berdasarkan penjualan tiket karena aktivitas wisatawan menciptakan konsumsi tambahan pada berbagai sektor. Kenaikan okupansi hotel dan tarif penerbangan memperlihatkan adanya peningkatan permintaan yang bersifat lintas industri, sedangkan proyeksi kontribusi terhadap aktivitas ekonomi menunjukkan potensi efek agregat yang lebih luas. Data tersebut mendukung argumentasi bahwa event budaya berskala global dapat berfungsi sebagai *economic catalyst* yang menghubungkan kebijakan pariwisata dengan strategi pembangunan ekonomi perkotaan. Temuan ini juga konsisten dengan laporan STB mengenai kinerja pariwisata Singapura yang menempatkan *business and leisure events* sebagai bagian penting dari daya tarik ekonomi dan destinasi negara tersebut (Singapore Tourism Board, 2024).

Efek pengganda paling terlihat pada sektor perhotelan karena peningkatan jumlah wisatawan menciptakan tekanan permintaan terhadap kamar, fasilitas akomodasi, dan layanan terkait selama periode konser. Lonjakan permintaan juga berpotensi meningkatkan *average daily rate* (ADR), memperbesar pendapatan hotel, dan memperluas konsumsi pada restoran serta sektor rekreasi yang berlokasi di sekitar pusat kegiatan wisata. Sektor penerbangan memperoleh manfaat melalui peningkatan permintaan rute regional dari kota-kota seperti Jakarta, Manila, Bangkok, dan Kuala Lumpur, yang memperlihatkan bahwa event Singapura memiliki jangkauan ekonomi lintas batas. Hubungan antara konser dan perjalanan wisata tersebut memperkuat argumentasi Hall (2020) bahwa pariwisata di Asia Tenggara tidak dapat dipisahkan dari dinamika integrasi ekonomi regional karena mobilitas wisatawan menghasilkan interaksi ekonomi yang melintasi yurisdiksi nasional. Dalam perspektif kebijakan publik, kondisi tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan Singapura menyediakan konektivitas udara, transportasi domestik, akomodasi, dan venue berstandar internasional menjadi faktor komplementer yang memungkinkan manfaat event dikonversikan menjadi penerimaan ekonomi. Kapasitas tersebut sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif yang sulit direplikasi secara cepat oleh negara ASEAN lain yang menghadapi keterbatasan infrastruktur atau tata kelola event.

Dampak ekonomi tersebut juga memiliki dimensi hukum dan kebijakan karena peningkatan aktivitas pariwisata berlangsung dalam suatu sistem regulasi yang mengatur transportasi, akomodasi, keamanan publik, perpajakan, dan pengelolaan event internasional. Pemerintah tidak hanya memperoleh potensi penerimaan ekonomi, tetapi juga menanggung konsekuensi kebijakan berupa

kebutuhan pengamanan, pengaturan mobilitas, pengelolaan kerumunan, dan penyediaan infrastruktur selama berlangsungnya enam pertunjukan. Perspektif tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan *mega-event* harus dinilai melalui keseimbangan antara manfaat ekonomi yang dihasilkan dan kapasitas institusional untuk mengelola eksternalitas yang menyertainya. Kajian Harid dan Sinambela (2026) mengenai diplomasi olahraga menunjukkan bahwa event internasional dapat digunakan sebagai instrumen *nation branding* ketika kapasitas penyelenggaraan negara mampu dikonversikan menjadi persepsi positif mengenai kemampuan institusional dan posisi negara di tingkat regional. Dalam kasus Singapura, kemampuan mengelola arus pengunjung internasional dalam skala besar memperkuat citra negara sebagai destinasi yang aman, tertib, terkoneksi, dan memiliki kapasitas administratif tinggi. Citra tersebut memiliki nilai ekonomi jangka panjang karena pengalaman positif wisatawan dapat memengaruhi persepsi terhadap destinasi dan memperluas peluang kunjungan pada periode setelah event berakhir.

Hubungan antara dampak ekonomi dan *soft power* menjadi semakin penting ketika manfaat material tersebut dipahami sebagai bagian dari strategi pembentukan reputasi nasional. Event internasional yang berhasil menciptakan pengalaman positif dapat mengkomunikasikan kapasitas negara tanpa memerlukan pesan diplomatik formal, karena kualitas penyelenggaraan menjadi bentuk komunikasi politik yang dialami langsung oleh pengunjung dan disebarluaskan melalui media internasional. Ilham (2024) menunjukkan bahwa konser sebagai instrumen diplomasi budaya dapat berfungsi sebagai sarana membangun hubungan dan citra positif melalui pertukaran pengalaman budaya, sedangkan kasus Singapura menunjukkan pengembangan lebih lanjut berupa integrasi diplomasi budaya dengan kepentingan ekonomi pariwisata. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa nilai strategis *The Eras Tour* tidak hanya terletak pada besarnya pengeluaran wisatawan selama periode konser, tetapi juga pada kemampuan Singapura mengasosiasikan dirinya dengan industri hiburan global yang memiliki daya tarik lintas batas. Perspektif *soft power* Nye (2021) menjadi relevan karena daya tarik yang dihasilkan oleh event dapat memperkuat preferensi publik internasional terhadap suatu negara, meskipun dalam kasus Singapura daya tarik tersebut dibangun melalui intervensi kebijakan yang secara sadar diarahkan pada kepentingan nasional. Karakter ini memperlihatkan hubungan erat antara manfaat ekonomi, *destination branding*, dan strategi reputasional yang kemudian menjadi dasar bagi pembentukan keunggulan kompetitif Singapura dalam industri event global.

Dampak Diplomasi Regional dan Persaingan *Soft Power* di ASEAN

Keberhasilan Singapura mengamankan enam pertunjukan eksklusif *The Eras Tour* memunculkan persoalan yang melampaui keberhasilan ekonomi domestik karena kebijakan tersebut memengaruhi persepsi mengenai distribusi manfaat ekonomi kreatif di antara negara-negara ASEAN. Eksklusivitas tersebut memicu kritik dari Perdana Menteri Thailand Srettha Thavisin yang mempertanyakan praktik pemberian insentif agar Taylor Swift tidak tampil di negara Asia Tenggara lainnya, sedangkan anggota parlemen Filipina Joey Salceda juga menilai persoalan tersebut memiliki implikasi terhadap hubungan ekonomi antarnegara kawasan. Heryadi dan Sari (2024) memandang fenomena tersebut sebagai bentuk persaingan ekonomi antaranggota ASEAN yang memperlihatkan bahwa industri hiburan global telah berkembang menjadi arena perebutan manfaat ekonomi, wisatawan, dan reputasi internasional. Reaksi tersebut memperlihatkan ketegangan antara rasionalitas *national interest* Singapura dan gagasan solidaritas regional yang menjadi bagian dari konstruksi hubungan antarnegara ASEAN. Persoalan yuridis-politik yang muncul tidak terutama berkaitan dengan hak Singapura menyelenggarakan konser, tetapi dengan konsekuensi regional dari penggunaan instrumen kebijakan domestik untuk memperoleh keunggulan kompetitif yang bersifat eksklusif. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa kompetisi *soft power* dapat menghasilkan konsekuensi distributif ketika keberhasilan satu negara dalam menarik sumber daya budaya global secara eksklusif mengurangi peluang negara lain memperoleh manfaat ekonomi serupa.

Ketegangan tersebut perlu ditempatkan dalam karakter regionalisme ASEAN yang menggabungkan prinsip kedaulatan nasional dengan kepentingan membangun integrasi ekonomi dan sosial-budaya kawasan. Damayanti dan IP (2026) menjelaskan bahwa hubungan antara negara, budaya, diplomasi, dan regionalisme Asia Tenggara berlangsung dalam ruang yang mempertemukan kepentingan nasional dengan agenda pembentukan identitas kawasan. Dalam konteks *The Eras Tour*, Singapura menggunakan kapasitas domestiknya untuk memenangkan persaingan memperoleh event, sedangkan negara-negara tetangga menghadapi konsekuensi kebijakan tersebut dari perspektif

distribusi peluang ekonomi regional. Hall (2020) menunjukkan bahwa integrasi pariwisata Asia Tenggara menghadapi tantangan ketika mobilitas wisatawan dan persaingan destinasi berlangsung secara simultan dalam ruang ekonomi yang semakin terhubung. Kondisi tersebut menciptakan paradoks karena integrasi regional memperluas konektivitas pasar dan mobilitas konsumen, tetapi juga meningkatkan insentif negara untuk mempertahankan keunggulan kompetitif masing-masing. Kasus Singapura memperlihatkan bahwa keterhubungan pasar regional tidak secara otomatis menghilangkan perilaku kompetitif karena manfaat ekonomi dari event global tetap dihitung berdasarkan kepentingan domestik. Dalam kerangka tersebut, eksklusivitas konser menjadi indikator bahwa integrasi ekonomi dan kompetisi antarnegara dapat berlangsung secara bersamaan tanpa menghasilkan kepentingan yang sepenuhnya selaras.

Tabel 3. Pemetaan Respons Negara ASEAN terhadap Eksklusivitas *The Eras Tour* Singapura 2024

Negara/Aktor	Bentuk Respons	Isu yang Dipersoalkan	Implikasi terhadap <i>Soft Power</i>
Thailand	Kritik Perdana Menteri Srettha Thavisin terhadap kesepakatan eksklusivitas	Penggunaan insentif untuk membatasi penyelenggaraan konser di negara ASEAN lain	Meningkatnya persepsi kompetisi ekonomi antarnegara
Filipina	Kritik Anggota DPR Joey Salceda dan dorongan respons diplomatik	Dampak eksklusivitas terhadap kesempatan ekonomi negara tetangga	Munculnya persoalan <i>good neighborliness</i> dan distribusi manfaat
Singapura	Pembelaan pemerintah terhadap kesepakatan dengan promotor	Kesepakatan dipandang sebagai pengaturan komersial yang sah	Penguatan citra Singapura sebagai pusat event global
Negara ASEAN lainnya	Tidak terdapat respons publik yang setara	Kesenjangan kapasitas infrastruktur dan daya saing event	Memperlihatkan ketimpangan kapasitas ekonomi kreatif regional

Tabel 3 memperlihatkan bahwa respons terhadap eksklusivitas konser tidak memiliki karakter yang seragam karena Singapura menempatkan kesepakatan tersebut dalam kerangka kepentingan nasional, sedangkan kritik dari Thailand dan Filipina menekankan dampaknya terhadap kesempatan ekonomi negara lain. Perbedaan perspektif tersebut memperlihatkan adanya benturan antara prinsip kompetisi pasar dan ekspektasi kerja sama regional yang menjadi karakter hubungan antaranggota ASEAN. Naila et al. (2024) menunjukkan bahwa persaingan memperoleh konser Taylor Swift mencerminkan kompetisi ekonomi antarnegara ASEAN dalam memperoleh manfaat dari industri hiburan global. Dari sudut pandang hukum regional, tidak terdapat dasar yang secara otomatis menjadikan keberhasilan Singapura memperoleh kontrak eksklusif sebagai tindakan melawan hukum hanya karena negara lain kehilangan peluang komersial, tetapi legitimasi politiknya tetap dapat diperdebatkan ketika kebijakan tersebut dipersepsikan mengurangi semangat hubungan bertetangga yang baik. Posisi tersebut membedakan antara legalitas formal suatu tindakan dengan legitimasi politik dan dampak normatifnya terhadap kerja sama regional. Konsekuensinya, analisis kasus ini perlu memperhatikan bukan hanya apakah tindakan pemerintah Singapura memiliki dasar kewenangan domestik, tetapi juga bagaimana penggunaan kewenangan tersebut membentuk persepsi mengenai perilaku negara dalam lingkungan regional yang memiliki kepentingan bersama.

Persaingan tersebut memperlihatkan perubahan karakter *soft power* dari daya tarik budaya yang relatif terbuka menuju pengelolaan aset budaya sebagai instrumen keunggulan kompetitif negara. Nye (2021) menempatkan *soft power* pada kemampuan memperoleh hasil melalui daya tarik, sedangkan praktik Singapura menunjukkan bahwa daya tarik tersebut dapat diperkuat melalui instrumen kebijakan yang dirancang untuk memperoleh akses eksklusif terhadap produk budaya global. Ulla et al. (2025) menunjukkan bahwa *The Eras Tour* di Asia Tenggara dapat dipahami sebagai arena kompetisi *soft*

power dan ekonomi kreatif karena negara tidak hanya bersaing mendapatkan wisatawan, tetapi juga berusaha memperoleh posisi strategis sebagai pusat aktivitas budaya global. Dalam konfigurasi tersebut, budaya populer tidak lagi hanya berfungsi sebagai sumber daya simbolik, tetapi juga menjadi aset ekonomi yang dapat dinegosiasikan dan ditempatkan dalam strategi persaingan destinasi. Singapura tidak memproduksi konten budaya Taylor Swift, tetapi membangun posisi sebagai lokasi strategis melalui kombinasi infrastruktur, konektivitas, stabilitas, kapasitas kelembagaan, dan dukungan kebijakan. Model tersebut memperlihatkan bahwa negara kecil dapat memperoleh pengaruh melalui penguasaan simpul distribusi dan konsumsi budaya global tanpa harus menjadi produsen utama produk budaya tersebut. Posisi ini memperluas konsep *niche diplomacy* karena ruang diplomasi tidak hanya berada pada sektor keamanan atau isu internasional tradisional, tetapi juga pada kemampuan menguasai sektor event dan ekonomi kreatif yang memiliki daya jangkauan transnasional.

Persaingan tersebut memiliki kemiripan struktural dengan penggunaan mega-event olahraga sebagai instrumen reputasi dan pengaruh, tetapi konser Taylor Swift memperlihatkan karakter yang lebih komersial karena daya tarik utamanya berasal dari aktor budaya non-negara. Alshikhy et al. (2025) menunjukkan bahwa mega-event dapat berfungsi sebagai instrumen *soft power* ketika negara menggunakannya untuk meningkatkan visibilitas internasional, memperkuat citra, dan menunjukkan kapasitas institusional. Kiilu (2026) memperluas perspektif tersebut dengan menunjukkan bahwa mega-event dapat menjadi medium komunikasi geopolitik yang memungkinkan negara mengatur visibilitas dan memproyeksikan posisi tertentu kepada audiens internasional. Harid dan Sinambela (2026) menunjukkan bahwa keberhasilan penyelenggaraan event internasional dapat berkontribusi terhadap *nation branding* ketika kapasitas organisasi dan infrastruktur diterjemahkan menjadi persepsi mengenai kompetensi negara. Dalam kasus Singapura, mekanisme tersebut menghasilkan efek ganda karena peningkatan reputasi nasional berlangsung bersamaan dengan munculnya persepsi kompetisi dari negara ASEAN lain yang tidak memperoleh kesempatan menjadi tuan rumah. Ilham (2024) menunjukkan bahwa konser dapat digunakan sebagai sarana diplomasi budaya untuk membangun hubungan positif melalui pengalaman budaya, sedangkan kasus Singapura memperlihatkan konfigurasi berbeda ketika event budaya juga berfungsi sebagai instrumen kompetisi destinasi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *soft power* tidak selalu menghasilkan harmonisasi regional karena daya tarik yang diperoleh satu negara dapat sekaligus menciptakan tekanan kompetitif terhadap negara lain.

Implikasi paling penting dari kasus tersebut terletak pada munculnya pola yang dapat dikonseptualisasikan sebagai *mercantilist soft power*, yaitu penggunaan daya tarik budaya melalui intervensi negara untuk memperoleh manfaat ekonomi dan reputasional yang terutama diarahkan pada kepentingan nasional. Astrini dan Yumitro (2025) menunjukkan bahwa keputusan Singapura menjadi tuan rumah eksklusif *The Eras Tour* berkaitan erat dengan kepentingan nasional yang mencakup manfaat ekonomi, pariwisata, dan peningkatan reputasi negara. Hakiki (2024) juga menempatkan penyelenggaraan tur tersebut dalam kerangka kepentingan nasional Singapura, sehingga kebijakan event dapat dipahami sebagai bagian dari strategi negara memaksimalkan sumber daya ekonomi dan reputasional yang tersedia. Konsep tersebut berbeda dari pemahaman *soft power* yang menekankan daya tarik sebagai sumber pengaruh karena kasus Singapura memperlihatkan kombinasi antara daya tarik budaya, insentif fiskal, kapasitas infrastruktur, dan pengaturan eksklusivitas. Grix dan Kramareva (2020) menunjukkan bahwa mega-event dapat menjadi instrumen strategi negara ketika pemerintah mengintegrasikan penyelenggaraan event dengan kepentingan reputasional dan diplomatik, sedangkan kasus Taylor Swift memperlihatkan perluasan mekanisme tersebut ke sektor budaya populer. Konstruksi tersebut memperlihatkan bahwa diplomasi event di Asia Tenggara merupakan arena pertemuan antara kepentingan ekonomi domestik, pembentukan reputasi nasional, dan dinamika hubungan regional. Pada tingkat teoretis, temuan ini menegaskan bahwa efektivitas *soft power* tidak hanya dapat diukur melalui peningkatan daya tarik suatu negara, tetapi juga perlu dianalisis berdasarkan respons negara lain, distribusi manfaat, serta potensi munculnya kompetisi dan friksi dalam lingkungan regional.

KESIMPULAN

Penyelenggaraan konser Taylor Swift *The Eras Tour* di Singapura pada Maret 2024 menunjukkan bahwa diplomasi event dan *niche diplomacy* dapat digunakan negara kecil untuk menggabungkan kepentingan ekonomi, reputasi nasional, dan proyeksi *soft power* dalam satu strategi kebijakan yang terkoordinasi. Melalui orkestrasi kelembagaan antara Ministry of Culture, Community

and Youth (MCCY), Kallang Alive Sport Management (KASM), dan Singapore Tourism Board (STB), serta dukungan *Tourism Development Fund* (TDF) dan kesiapan infrastruktur internasional, Singapura berhasil mengubah mega-event budaya menjadi instrumen peningkatan daya tarik destinasi dan kepentingan ekonomi nasional. Dampak ekonomi yang muncul melalui peningkatan kunjungan wisatawan, aktivitas perhotelan, transportasi, ritel, dan sektor pariwisata memperlihatkan karakter *Swiftonomics* sebagai mekanisme *multiplier effect* yang memperluas manfaat konser ke berbagai sektor ekonomi. Pada saat yang sama, keberhasilan memperoleh posisi sebagai satu-satunya pemberhentian *The Eras Tour* di Asia Tenggara memperkuat citra Singapura sebagai pusat penyelenggaraan event global dengan kapasitas tata kelola, konektivitas, dan infrastruktur yang kompetitif. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa strategi tersebut tidak sepenuhnya bersifat harmonis karena eksklusivitas konser memunculkan kritik dari negara ASEAN lain dan memperlihatkan adanya ketegangan antara kepentingan nasional Singapura dengan ekspektasi solidaritas regional. Kondisi tersebut mendukung konseptualisasi *mercantilist soft power*, yaitu penggunaan sumber daya budaya, instrumen fiskal, dan kapasitas negara untuk memperoleh keuntungan ekonomi serta reputasional melalui mekanisme kompetitif yang memiliki karakter eksklusif. Kasus ini memperlihatkan bahwa *soft power* dalam diplomasi event kontemporer tidak selalu menghasilkan kohesi regional, tetapi dapat berkembang menjadi instrumen persaingan strategis ketika negara berupaya memonopoli manfaat ekonomi dan reputasional dari sirkulasi budaya populer global.

Penelitian ini memiliki keterbatasan terutama pada akses terhadap data primer mengenai rincian negosiasi antara Pemerintah Singapura dan AEG Presents karena sebagian informasi kontraktual dan persyaratan teknis berada dalam ranah kerahasiaan bisnis, sehingga rekonstruksi proses negosiasi didasarkan pada dokumen publik, pernyataan institusional, data statistik, laporan ekonomi, dan literatur akademik yang tersedia. Keterbatasan tersebut menyebabkan penelitian belum dapat menguji secara langsung seluruh variabel negosiasi, termasuk struktur kontrak, mekanisme penentuan nilai hibah, dan pertimbangan komersial yang digunakan oleh pihak promotor dalam menetapkan eksklusivitas kawasan. Analisis ekonomi juga masih menggunakan data sekunder dan estimasi lembaga riset sehingga belum menghasilkan pengukuran ekonometrika primer mengenai dampak jangka panjang konser terhadap pertumbuhan ekonomi, konsumsi wisatawan, maupun *repeat visitation*. Penelitian lanjutan dapat mengembangkan pendekatan kuantitatif untuk mengukur *long-term spillover effect* dari mega-event musik terhadap pariwisata, investasi, pendapatan sektor kreatif, dan loyalitas wisatawan mancanegara secara lebih terukur. Studi komparatif antara Singapura, Indonesia, Thailand, dan Filipina juga diperlukan untuk mengidentifikasi perbedaan kapasitas regulasi, infrastruktur, kelembagaan, serta strategi diplomasi musik dalam memperoleh event budaya global. Pada tingkat regional, kajian berikutnya dapat mengevaluasi kemungkinan pembentukan mekanisme tata kelola ekonomi kreatif ASEAN yang mampu menjaga kompetisi antarnegara sekaligus menciptakan ruang kolaborasi dalam penyelenggaraan mega-event internasional. Pengembangan agenda tersebut penting untuk memperluas kajian *soft power* dari perspektif keberhasilan pencitraan nasional menuju analisis yang lebih kritis mengenai distribusi manfaat, legitimasi kebijakan, dan hubungan antara kompetisi ekonomi kreatif dengan keberlanjutan integrasi regional ASEAN.

DAFTAR PUSTAKA

- Alshikhy, T., O'Sullivan, H., Polkinghorne, M., & Gennings, E. (2025). The Role and Impact of Sporting Mega-Events in the Context of Soft Power. *Encyclopedia*, 5(1), 31. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010031>
- Anwar, A. (2025). *Pelaksanaan Konser Global The Eras Tour Dan Pengaruhnya Terhadap Peningkatan Kunjungan Wisata Di Singapura= The Implementation of The Eras Tour Global Concert and Its Impact on the Increase of Tourist Visits in Singapore* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin). <https://repository.unhas.ac.id/id/eprint/56140/>
- Astrini, A. F., & Yumitro, G. (2025). An analysis of Singapore's national interest in the exclusive hosting of Taylor Swift's The Eras Tour. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 10(2), 121-131. <https://doi.org/10.22303/pir.10.2.2025.121-131>
- Bennett, A., & Checkel, J. T. (Eds.). (2015). *Process tracing: From metaphor to analytic tool*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139855921>
- Channel NewsAsia. (2024, March 4). Revenue from top-tier events like Taylor Swift concerts goes back into 'highly impactful social events': Edwin Tong. CNA. Diakses dari,

- <https://www.channelnewsasia.com/singapore/taylor-swift-concerts-grant-revenue-top-tier-event-social-return-edwin-tong-4168386>
- Cull, N. J. (2019). *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Polity Press.
- Damayanti, R., & IP, S. (2026). *Kawasan Asia Tenggara: Negara-Budaya, Diplomasi, dan Regionalisme*. Indonesia Emas Group.
- Gretzel, U., & de Mendonça, R. (2024). Swiftonomics and pop-star tourism: Examining mega-concerts as catalysts for urban destination branding. *Annals of Tourism Research*, 105, 103720. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103720>
- Grix, J., & Kramareva, N. (2020). The sports mega-event governance regime: Soft power, state strategy, and diplomatic leverage. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 12(4), 543–560. <https://doi.org/10.1080/19406940.2020.1832134>
- Hakiki, F. (2024). Kepentingan Nasional Singapura dalam Tur The Eras Taylor Swift. *Mondial: Jurnal Hubungan Internasional*, 1(2), 93-120. <http://dx.doi.org/10.36722/mondial.v1i2.3008>
- Hall, C. M. (2020). Tourism and regional integration in Southeast Asia: Policy challenges and regional economic dynamics. *Journal of Southeast Asian Economies*, 37(2), 145–162. <https://doi.org/10.1355/ae37-2b>
- Harid, Y., & Sinambela, S. I. (2026). Diplomasi Olahraga dalam Asian Games 2018 sebagai Instrumen Nation Branding dan Penguatan Middle Power Indonesia di Asia: Sports Diplomacy in the 2018 Asian Games as an Instrument for Nation Branding and Strengthening Indonesia's Middle Power in Asia. *Anterior Jurnal*, 25(1), 1-12. <https://doi.org/10.33084/anterior.v25i1.11103>
- Heryadi, R. D., & Sari, D. S. (2024). Persaingan ekonomi anggota-anggota ASEAN dalam kepemilikan eksklusif konser Taylor Swift The Eras Tour di Singapura. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 9(2), 230–239. <https://doi.org/10.22303/pir.9.2.2024.230-239>
- Ilham, Y. (2024). Dampak Diplomasi Budaya Indonesia di Australia: Studi Kasus Konser Jabar X Melbourne Symphony Orchestra (MSO) pada 17 Mei 2023. *Padjadjaran Journal of International Relations*, 6(2), 130-140. <https://doi.org/10.24198/padjir.v6i2.54353>
- Kiilu, T. K. (2026). Mega-Events and Geopolitical Communication: Arab and Global North Strategies of Visibility and Soft Power. *Journal of Communication and Public Relations*, 5(1), 72-98. <https://doi.org/10.37535/105005120265>
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. SAGE Publications.
- Naila, S. G., Razzqia, F., Salsabila, A., Heryadi, R. D., & Sari, D. S. (2024). Persaingan ekonomi anggota-anggota ASEAN dalam kepemilikan eksklusif konser Taylor Swift The Eras Tour di Singapura. *Jurnal PIR: Power in International Relations*, 9(2), 230-239. <https://doi.org/10.22303/pir.9.2.2024.230-239>
- Nye, J. S. (2021). Soft Power: The Evolution of A Concept. *Journal of Political Power*, 14(1), 196–208. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- Singapore Tourism Board. (2024). *STB Performance Report Q1 2024: Tourism Receipts and Visitor Arrivals*. Ministry of Trade and Industry, Singapore Government.
- Ulla, U. F., Syafila, K. A., & Wibisana, F. A. (2025). Soft Power dan Kompetisi Ekonomi Kreatif di Asia Tenggara: Studi Kasus The Eras Tours Taylor Swift 2024. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(6), 16-24. <https://doi.org/10.69714/z7dj9x97>