

**DIPLOMASI PUBLIK *SINGAPORE TOURISM BOARD* (STB) MELALUI
KAMPANYE '*SINGAPOREIMAGINE*' SEBAGAI UPAYA
MEMPERTAHANKAN CITRA PARIWISATA SINGAPURA DI
INDONESIA TAHUN 2020-2022**

SKRIPSI



OLEH:

DIVA ZAHWA PRAMESTI

20044010065

**PROGRAM STUDI HUBUNGAN INTERNASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

DIPLOMASI PUBLIK SINGAPORE TOURISM BOARD (STB) MELALUI
KAMPANYE 'SINGAPOREIMAGINE' SEBAGAI UPAYA
MEMPERTAHAKAN CITRA PARIWISATA SINGAPURA DI
INDONESIA TAHUN 2020-2022

Oleh:


Divya Zahwa Pramesti
20044010065


Telah dipertahankan di hadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu
Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 5 Juli 2024

Pembimbing


Tim Penguji,

1. Ketua


Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int
NIP. 198610312021212001


Dr. Ario Bimo Utomo, S.IP., MIR, C.M.C.
NPT. 17119930803037

2. Sekretaris


Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001

3. Anggota


Praja Firdaus N., M.Hub.Int.
NPT. 388071303601

Mengetahui,
DEKAN FISIP


Dr. Catur Sbratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERSETUJUAN

**DIPLOMASI PUBLIK *SINGAPORE TOURISM BOARD* (STB) MELALUI
KAMPANYE '*SINGAPOREIMAGINE*' SEBAGAI UPAYA
MEMPERTAHANKAN CITRA PARIWISATA SINGAPURA DI
INDONESIA TAHUN 2020-2022**

Disusun Oleh



Divia Zahwa Framesti
20044010065

Telah disetujui untuk mengikuti ujian skripsi

Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING



Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int.
NIP. 198610312021212001

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIARISME

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul

DIPLOMASI PUBLIK *SINGAPORE TOURISM BOARD* (STB) MELALUI KAMPANYE '*SINGAPOREIMAGINE*' SEBAGAI UPAYA MEMPERTAHANKAN CITRA PARIWISATA SINGAPURA DI INDONESIA TAHUN 2020-2022

Merupakan karya asli dan tidak pernah diserahkan untuk memperoleh gelar akademis pada program studi perguruan tinggi lain. Tulisan ini tidak pernah dipublikasikan atau ditulis oleh individu lain selain penulis kecuali dalam bentuk kutipan. Apabila di kemudian hari ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Surabaya, 12 Juli 2024,


Diva Zahwa Pramesti

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Diplomasi Publik *Singapore Tourism Board* (STB) Melalui Kampanye ‘*Singaporeimagine*’ sebagai Upaya Mempertahankan Citra Pariwisata Singapura di Indonesia Tahun 2020-2022” dengan baik.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Resa Rasyidah, S.Hub.Int., M.Hub.Int. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan membantu penulis selama melakukan penyusunan skripsi ini. Dalam menyusun proposal skripsi ini tentu tidak terlepas dari bimbingan dan panduan dari banyak pihak. Untuk itu, ucapan terima kasih yang tak terukur saya ucapkan kepada :

1. Allah SWT yang telah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis,
2. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur,
3. Mas Dr. Ario Bimo Utomo, S. IP., M.I.R, selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jawa Timur,
4. Seluruh jajaran Dosen Hubungan Internasional Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang senantiasa memberikan ilmu yang sangat bermanfaat kepada penulis,
5. Tri Wahyu Nugroho dan Retno Yanuari selaku kedua orang tua, serta Mirza Wardhana dan Nadiev Raditya selaku kedua adik penulis yang telah memberikan doa dan dukungan sehingga penulis termotivasi untuk menyelesaikan laporan skripsi,
6. Alm. ndad, Bunda, Tena, Tante Mera, Om Aan, Om Tedy, Nayya, Fikar, Zakariyya, dan Uwais selaku keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan dan doa dalam mengerjakan laporan skripsi,

7. Keisha Andani, Putri Intana, Annisa Fahmi, Syahbrina Isnaeni, Sabrina Berliana, dan Aisha Nabila, serta teman-teman PIDIYPIE yang telah menemani dan memberi dukungan pada penulis semenjak awal perkuliahan hingga penyusunan laporan skripsi,
8. Salsabila Locha, Alya Dara, Dinah Tasyanda, dan Febi Funky yang telah memberikan dukungan dan doa selama mengerjakan laporan skripsi,
9. Seluruh teman maupun saudara yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah menemani penulis hingga penulis sudah berada di titik ini,
10. Seluruh member aespa, new jeans, nct, dan seventeen yang telah menghibur dan menjadi *moodbooster* selama penulisan laporan skripsi,
11. Diri Sendiri, yang terus mau berjuang dan bersemangat untuk tetap menyelesaikan laporan skripsi hingga akhir.

Penulis menyadari kurang dan terbatasnya pengetahuan penulis di dalam laporan skripsi ini, sehingga penulis menerima segala saran dan kritik demi penyempurnaan penulisan yang selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang terlibat di dalamnya.

Surabaya, 12 Juli 2024

Penulis,

Divia Zahwa Pramesti

NPM : 20044010065

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GRAFIK	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I.....	16
PENDAHULUAN.....	16
1. 1 Latar Belakang	16
1. 2 Rumusan Masalah	23
1. 3 Tujuan Penelitian.....	23
1.3.1 Tujuan Umum	23
1.3.2 Tujuan Khusus.....	23
1. 4 Kerangka Pemikiran	24
1.4.1 Diplomasi Publik.....	24
1.4.1.1 <i>On the level of actors</i>	26
1.4.1.2 <i>On the level of channels and work methods</i>	27
1.4.1.3 <i>On the level of content and mission</i>	28
1. 5 Sintesa Pemikiran	30
1. 6 Argumen Utama	31
1. 7 Metode Penelitian.....	32
1.7.1 Tipe Penelitian	32

1.7.2	Jangkauan Penelitian.....	32
1.7.3	Teknik Pengumpulan Data	33
1.7.4	Teknik Analisis Data	33
1.7.5	Sistematika Penulisan	34
BAB II	35
UPAYA DIPLOMASI PUBLIK STB DALAM MEMPERTAHANKAN		
CITRA PARIWISATA SINGAPUR DI INDONESIA MELALUI		
TINGKATAN ON THE LEVEL OF ACTORS		
2.1	Gambaran Umum Singapore Tourism Board	35
2.1.1	Telling A Great Singapore Story	37
2.1.2	Targetting The Right Fans.....	38
2.1.3	Enchanging Our Delivery	40
2.2	Tingkatan <i>on the level of actors</i>	41
2.2.1	Kolaborasi STB dengan Seniman mural.....	44
2.2.2	Kolaborasi STB dengan ARTOTEL	46
2.2.3	Kolaborasi STB dengan GoFood dan WingsFood.....	49
2.2.4	Kolaborasi STB dengan Kumparan.com	51
2.2.5	Kolaborasi STB dengan Endeus.TV	53
BAB III	57
UPAYA DIPLOMASI PUBLIK STB DALAM MEMPERTAHANKAN		
CITRA PARIWISATA SINGAPUR DI INDONESIA MELALUI		
TINGKATAN ON THE LEVEL OF CHANNELS AND WORK METHODS		
DAN CONTENT AND MISSION.....		
3.1	Tingkatan <i>on the level of channels and work methods</i>	57
3.1.1	Kolaborasi STB dengan Seniman mural.....	62
3.1.2	Kolaborasi STB dengan ARTOTEL	65
3.1.3	Kolaborasi STB dengan Gofood dan WingsFood	67
3.1.4	Kolaborasi STB dengan Kumparan.com	70
3.1.5	Kolaborasi STB dengan Endeus.TV	73
3.2	Tingkatan <i>on the level of content and mission</i>.....	77

3.2.1 Kolaborasi STB dengan Seniman mural.....	80
3.2.2 Kolaborasi STB dengan ARTOTEL	83
3.2.3 Kolaborasi STB dengan GoFood dan WingsFood.....	85
3.2.4 Kolaborasi STB dengan Kumparan.com	87
3.2.5 Kolaborasi STB dengan Endeus.TV	90
BAB IV	92
PENUTUP.....	92
4.1 Kesimpulan.....	92
4.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1	Jumlah Wisatawan Mancanegara ke Singapura 2018-2022	18
-------------------	---	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kunjungan Wisatawan Asia Tenggara ke Singapura 2018-2022.....	20
Tabel 1. 2 Aktor yang menjalin kolaborasi dengan STB	43
Tabel 1. 3 Channels and Work Methods pada kegiatan kolaborasi	62
Tabel 1. 4 Content and Mission dari setiap kolaborasi dengan mitra STB	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sintesa Pemikiran	30
Gambar 2. 1 Logo Singapore Tourism Board.....	36
Gambar 2. 2 Lima kategori dalam pengelompokan audiens	39
Gambar 2. 3 Press Conference #SingapoReimagineAtARTOTEL	47
Gambar 2. 4 Peluncuran Mie Sedaap Selection Singapore Spicy Laksa.....	50
Gambar 2. 5 Kolaborasi STB dengan Kumparan	52
Gambar 2. 6 Konferensi Pers Pesta Rasa	54
Gambar 2. 7 Beberapa partner dan sponsor dari acara Pesta Rasa.....	55
Gambar 3. 1 Fitur AR dan filter ‘under the same sun’	63
Gambar 3. 2 Promosi melalui Instagram dan Youtube Kumparan	63
Gambar 3. 3 Aktivitas yang ditawarkan selama menginap di kamar eksklusif...	65
Gambar 3. 4 Promosi melalui sosial media artotelthamrin	66
Gambar 3. 5 Program Live Masterclass	67
Gambar 3. 6 Program nonton bareng SFF	68
Gambar 3. 7 Live streaming peluncuran Mie Sedaap Selection.....	69
Gambar 3. 8 Postingan Influencer terkait program kolaborasi.....	70
Gambar 3. 9 Virtual tour ke Geylang Serai dengan diakhiri kuis berhadiah.....	71
Gambar 3. 10 Virtual tour ke Little India	72
Gambar 3. 11 Pengumuman photo competition untuk kategori	73
Gambar 3. 12 Promosi melalui akun facebook Endeus.TV	74
Gambar 3. 13 Food tenant di acara Pesta Rasa.....	75
Gambar 3. 14 Beberapa aktivitas yang ditawarkan di Pesta Rasa.....	76
Gambar 3. 15 Beberapa komentar netizen terkait karya seni	82
Gambar 3. 16 Beberapa komentar netizen terkait kolaborasi.....	84
Gambar 3. 17 Beberapa komentar netizen terkait Mie Sedaap Spicy Laksa.....	87
Gambar 3. 18 Beberapa komentar netizen terkait virtual tour	89
Gambar 3. 19 Beberapa komentar netizen terkait festival kuliner ‘Pesta Rasa’ .	91

ABSTRAK

Singapura merupakan salah satu negara yang memiliki jumlah kunjungan wisatawan yang meningkat secara stabil setiap tahunnya, hingga Singapura dijuluki sebagai negara tujuan utama destinasi wisata di Asia Tenggara. Namun, adanya pandemi COVID-19 menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan ke Singapura mengalami penurunan, salah satunya jumlah wisatawan dari Indonesia. Dalam mengatasi hal tersebut, STB yang merupakan badan hukum pariwisata Singapura, telah meluncurkan kampanye pemulihan yaitu “*SingapoReimagine*” yang dilakukan melalui berbagai upaya untuk menunjang keberhasilan kampanye tersebut di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan upaya apa saja yang telah dilakukan STB melalui kampanye “*SingapoReimagine*” untuk mempertahankan pariwisata Singapura di Indonesia dengan menggunakan tiga tingkatan dalam teori diplomasi publik menurut Kranjc. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode *library research*. Hasil penelitian yang penulis dapatkan menunjukkan bahwa STB telah melakukan upaya diplomasi berdasarkan tiga tingkatan diplomasi publik menurut Kranjc, yaitu *on the level of actors* dengan menjalin kolaborasi dengan individu maupun media, *on the level of channels and work methods* dengan penggunaan media sosial dalam setiap kegiatan, dan *on the level of content and mission* dengan menentukan tujuan yang ingin tercapai melalui konten yang akan dibuat.

Kata Kunci: Pariwisata, Singapura, Indonesia, *Singapore Tourism Board*, “*SingapoReimagine*”

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Singapura merupakan salah satu negara yang terkenal sebagai tujuan destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi di Asia Tenggara. Namun adanya pandemi menyebabkan jumlah kunjungan wisatawan yang awalnya sangat tinggi, kemudian mengalami penurunan yang sangat drastis, contohnya jumlah wisatawan dari Indonesia. Sebagai upaya dalam mengatasi hal tersebut, STB meluncurkan sebuah kampanye yaitu “*SingapoReimagine*” yang dibentuk sebagai program pemulihan pariwisata karena pandemi. Dalam inisiatif kampanye “*SingapoReimagine*”, terdapat juga beberapa program yang dijalankan oleh STB melalui kolaborasi dengan beberapa pihak, baik dalam pemerintahan maupun diluar pemerintahan.

Dalam permasalahan ini, STB yang merupakan badan hukum pariwisata Singapura, melakukan beberapa upaya agar tetap dapat mempertahankan Indonesia sebagai penyumbang jumlah wisatawan terbanyak bagi Singapura. Upaya diplomasi publik yang dilakukan oleh STB dapat diidentifikasi melalui tiga tingkatan diplomasi publik menurut Kranjc, yaitu *on the level of actor*, *on the level of channels and work methods*, dan *on the level of content and mission*.

Pada tingkatan *on the level of actors*, STB telah menjalin kolaborasi dengan beberapa pihak maupun individu yang ada di Indonesia. Beberapa *partner* yang turut berkontribusi dalam upaya mempromosika pariwisata Singapura di Indonesia,

yaitu kolaborasi dengan dua seniman mural asal Indonesia dan Singapura yang bernama Zero dan Stereoflow, kolaborasi dengan ARTOTEL, Gofood dan WingsFood, Kumparan.com, dan Endeus.TV. Perjanjian kerjasama yang terjalin antara STB maupun partnernya kebanyakan dilakukan melalui *virtual* karena adanya pandemi.

Selanjutnya yaitu pada tingkatan *on the level of channels and work methods*. Tingkatan tersebut menekankan pada pelaksanaan metode kerja yang dilakukan dengan menggunakan media sosial. Melalui kolaborasi yang terjalin dengan mitra terkait, STB juga menggunakan media sosial dalam menunjang keberhasilan programnya. Upaya yang coba dilakukan STB yaitu dengan melakukan *virtual tour*, festival kuliner, karya seni mural, peluncuran varian Mie Sedaap baru, hingga penggunaan *Augmented Reality* (AR). Lalu, untuk media sosial yang digunakan dalam mempromosikan ataupun mengimplementasikan kegiatan tersebut yaitu melalui *Facebook*, *Instagram*, dan *Youtube*. Untuk channels, tidak hanya melalui akun-akun resmi dari STB saja, melainkan juga akun resmi dari partner kolaborasi.

Yang terakhir yaitu tingkatan *on the level of content and mission*, yang memfokuskan mengenai alasan terbentuknya konten tersebut, dan tujuan apa yang ingin dicapai dengan adanya konten tersebut. Sejauh ini, STB selalu mempertimbangkan semua upaya dan konten yang hendak mereka lakukan dengan para mitranya. Contohnya seperti ketika STB memiliki target untuk mengajak Masyarakat Indonesia untuk kembali membayangkan berlibur ke Singapura, maka STB membuat konten *virtual tour*, dan pembuatan seni mural dengan unsur Singapura di sebuah hotel di Indonesia.. Jika ingin ikut merasakan berbagai macam

kuliner dari Singapura, STB meluncurkan varian baru dari mie sedaaap, menyiapkan berbagai macam menu masakan Singapura yang dapat dipesan di GoFood, dan festival ‘Pesta Rasa’. Melalui berbagai upaya yang telah dilakukan oleh STB, dapat disimpulkan bahwa peran STB sebagai kontributor utama dalam mengatur pariwisata di Singapura, yang tentunya dengan penggunaan media sosial termasuk kreatif dan inovatif. Dan diharapkan jumlah wisatawan Indonesia yang mengunjungi Singapura dapat kembali meningkat seperti pada saat sebelum pandemi COVID-19.

4.2 Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, penulis memberi saran kepada STB untuk kembali melakukan upaya ataupun kegiatan yang disukai oleh Masyarakat Indonesia pada kampanye “*SingapoReimagine*”, untuk diterapkan pada kampanye pariwisata selanjutnya. Selain itu, penelitian ini membahas mengenai diplomasi publik yang telah dilakukan STB sebagai upaya untuk mempertahankan pariwisata Singapura di Indonesia melalui kampanye ‘*SingapoReimagine*’. Maka, saran dari penulis untuk penelitian selanjutnya yaitu untuk menganalisis upaya pemulihan pariwisata pada kampanye Singapura yang terbaru “*Made In Singapore*”, dan membandingkan kebijakan mana yang lebih efektif dalam memberikan dampak yang besar bagi pariwisata Singapura.