

Kepentingan Nasional Singapura dalam Tur *The Eras* Taylor Swift

Singapore's National Interests in Taylor Swift's The Eras Tour

Falhan Hakiki

Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Imam Bonjol

falhanhakiki@stisipimambonjol.ac.id

Diterima 29 Agustus 2024 | Direvisi 17 September 2024 | Diterbitkan 30 September 2024

ABSTRACT

Taylor Swift is a musician who is currently having a significant impact on countries through her concert tours. Singapore took advantage of this by securing an exclusive agreement to organize The Eras tour solely in Singapore within the Southeast Asia region. This has resulted in reactions from other Southeast Asian countries towards Singapore's actions. This article describes the national interests achieved by Singapore through Taylor Swift's The Eras concert tour in Singapore. Using the concept of national interests, which emphasizes Singapore's use of soft power, and qualitative methods, this article identifies three national interests achieved by Singapore. First, economic interest, holding the Taylor Swift concert in Singapore has generated substantial income across many sectors. Second, prestige interest, Singapore is considered the center of the music industry in the region that has its own distinct characteristics. Third, existence interest, Singapore can cooperate with other countries in the music industry and can encourage other countries to emulate Singapore's efforts. Therefore, Singapore is taking advantage of current developments in the rapidly growing music industry to achieve its national interests.

Keywords: *National Interests, Singapore, Taylor Swift, The Eras Tour*

ABSTRAK

Taylor Swift merupakan musisi yang saat ini memberikan dampak yang besar terhadap sebuah negara dalam penyelenggaraan tur konsernya. Hal tersebut dimanfaatkan oleh Singapura dengan memberikan kesepakatan eksklusif dalam penyelenggaraan tur *The Eras* yang hanya dilakukan di Singapura saja pada kawasan Asia Tenggara. Ini mengakibatkan timbulnya reaksi dari negara-negara Asia Tenggara lainnya terhadap tindakan Singapura tersebut. Artikel ini mendeskripsikan kepentingan nasional yang diraih Singapura dalam konser tur *The Eras* Taylor Swift di Singapura. Menggunakan konsep kepentingan nasional yang menekankan penggunaan *soft power* Singapura dan metode kualitatif, artikel ini menemukan tiga kepentingan nasional yang diraih Singapura. Pertama, kepentingan ekonomi yaitu penyelenggaraan konser Taylor Swift di Singapura telah memberikan pendapatan yang besar terhadap banyak sektor. Kedua, kepentingan prestise yaitu Singapura dianggap sebagai pusat industri musik di kawasan yang memiliki ciri khas tersendiri. Ketiga, kepentingan eksistensi

yaitu Singapura dapat menjalin kerja sama dengan negara-negara lain dalam bidang industri musik serta dapat meningkatkan upaya negara lain untuk melakukan hal yang sama dengan Singapura. Dengan demikian, Singapura memanfaatkan perkembangan zaman dengan melihat industri musik yang saat ini berkembang pesat untuk meraih kepentingan nasional.

Kata kunci: *Kepentingan Nasional, Singapura, Taylor Swift, Tur The Eras*

PENDAHULUAN

Selama 15 tahun terakhir, industri kreatif mendapatkan banyak perhatian sebagai faktor terbaru pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia, dan sebagai salah satu wujud ekonomi berbasis pengetahuan (Chapain & Stryjakiewicz, 2017; Hesmondhalgh, 2008). Sehubungan dengan itu, negara-negara tertentu, seperti Irlandia, Amerika Serikat (AS), dan India, memandang industri kreatif dan ekspor produk kreatif global sebagai jalur yang menarik dan layak menuju pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan keunggulan kompetitif nasional (Noyes et al., 2010). Industri kreatif telah muncul sebagai salah satu sektor ekonomi paling dinamis di dunia, menawarkan peluang besar bagi pembangunan budaya, sosial dan ekonomi (Noyes et al., 2010). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang menghasilkan inovasi dalam industri kreatif serta produksi dan distribusi barang-barang kreatif secara luas (Noyes et al., 2010).

Banyak bidang-bidang yang berinovasi dengan kemunculan industri kreatif, salah satunya industri musik. Industri musik menekankan inovasi yang besar di mana sejak tahun 1950-an dan seterusnya, musik mulai terbentuk sebagai sebuah industri yang didasarkan pada kombinasi beberapa aktivitas, seperti komposisi musik, rekaman musik, promosi, dan pertunjukan, yang semuanya menghasilkan uang (Antunès, 2023). Berbagai format rekaman musik diperkenalkan, seperti kaset dan piringan hitam pada pertengahan 1970-an, serta CD dan MP3 pada 1990-an, yang mempermudah reproduksi musik (Antunès, 2023). Pada tahun 1995, internet mulai digunakan untuk keperluan komersial, menghilangkan batasan geografis dalam distribusi musik rekaman (Antunès, 2023). Dengan adanya musik digital, penjualan CD menurun drastis, dan industri musik pun beradaptasi dengan perubahan ini (Antunès, 2023).

Musik populer pada dasarnya menjadi bagian industri kreatif ketika disebarluaskan dan dikonsumsi secara massal (Jones, 2003). Agar suatu komoditas musik dapat dikonsumsi (dalam arti rekaman suatu karya musik dibeli untuk tujuan mendengarkan secara pribadi)

maka komoditas tersebut perlu diproduksi, dipasarkan, dipromosikan, dan tersedia bagi masyarakat umum melalui distribusi ke masyarakat (Jones, 2003). Semua ini memerlukan investasi secara besar, terutama oleh perusahaan label rekaman (Jones, 2003). Pemasaran musik populer juga dilakukan dengan artis-artisnya mengadakan konser atau *live music*. Hal ini berkaitan dengan perubahan teknologi saat ini yang berdampak terhadap preferensi masyarakat dalam menikmati musik. Dalam musik populer, yaitu aliran pendapatan lebih sedikit berasal dari “konten” (misalnya rekaman suara) dan lebih banyak berasal dari layanan telekomunikasi, perangkat keras (misalnya iPod), dan iklan, serta menjadi lebih berpusat pada acara langsung, terutama konser dan festival (Holt, 2009).

Selain itu, sebagian besar bagian lain dari industri musik, termasuk *live music*, terutama dianggap sebagai sarana untuk mempromosikan produk industri yang paling penting, yaitu rekaman (Wikström, 2009). Namun, selama beberapa dekade terakhir keseimbangan antara *live music* dan musik rekaman telah bergeser (Wikström, 2009). Meskipun penjualan rekaman musik telah menurun selama dekade terakhir, pendapatan dari *live music* meningkat pesat (Wikström, 2009). Ditambah dengan telah berakhirnya batasan massa untuk berkumpul secara besar di tempat-tempat umum setelah Covid-19, memberikan dampak signifikan dengan masifnya *live music* dan konser-konser yang diadakan oleh artis-artis musik populer dalam rangka mendapatkan keuntungan kembali setelah terdampak pelarangan pada Covid-19.

Dengan berkembangnya industri musik populer yang menjadi sektor strategis, industri tersebut sulit diabaikan dalam bidang politik dan ekonomi karena pengaruh dan dampaknya terhadap perekonomian negara serta industri musik dan budaya telah tumbuh menjadi komponen penting dalam strategi ekonomi lokal dan negara (Ross, 2007). Hal ini kemudian dilakukan oleh negara-negara untuk meningkatkan jumlah pendanaan dan kegiatan musik populer yang dalam dua dekade terakhir (Homan et al., 2016). Jumlah pendanaan yang besar ini juga berdampak kepada meningkatnya pendapatan yang diperoleh pada industri musik. Terdapat lima negara terbesar yang menguasai industri musik dunia berdasarkan laporan International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) pada tahun 2022, yaitu AS, Jepang, Inggris, Jerman, dan Tiongkok (International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), 2023). AS mengeluarkan pendanaan sebesar 3,24 miliar Dolar AS lewat perusahaan-perusahaan rekamannya dan mendapatkan keuntungan sebesar 17,1 miliar Dolar AS (Götting, 2024; The Recording Industry Association of America (RIIA), n.d.).

Kemudian Jepang pendanaan musiknya di bawah strategi budaya “*Cool Japan*” sebesar 363,7 juta Dolar AS yang memberikan keuntungan di bidang industri musiknya sebesar 2,4 miliar Dolar AS pada tahun 2022 (Margolis, 2021; The International Trade Administration, 2023). Kemudian, Inggris dengan pengeluaran 227 juta Dolar AS dan pendapatannya 1,67 miliar Dolar AS (Hogan, 2017; Paine, 2023). Jerman menginvestasikan sebesar 150 juta Dolar AS pada tahun 2020 dengan keuntungan sebesar 2,07 miliar Dolar AS pada tahun 2022 (Gottfried, 2020; Quarneti, 2023). Dan Tiongkok menginvestasikan untuk industri musiknya sebesar 161,2 juta Dolar AS pada tahun 2017 dengan keuntungannya mencapai 1,8 miliar Dolar AS (Dyson, 2024; PRS for Music, 2017).

Selain itu, pasca Covid-19, *live music*, konser, dan festival yang semakin masif juga menjadi perhatian bagi negara-negara karena juga mendapatkan keuntungan yang besar dari hal tersebut. AS mendapatkan keuntungan yang diproyeksikan sebesar 16,98 miliar Dolar AS pada tahun 2024 (Statista, 2023e). Jepang mendapatkan keuntungan yang diproyeksikan sebesar 1,18 miliar Dolar AS di tahun 2024 (Statista, 2023c). Inggris diproyeksikan pendapatannya sebesar 2,02 miliar Dolar AS di tahun 2024 (Statista, 2023d). Jerman pendapatan lewat acara musiknya pada tahun 2024 diproyeksikan sebesar 1,77 miliar Dolar AS (Statista, 2023b). Dan Tiongkok mendapatkan keuntungan dari acara musik diproyeksikan sebesar 888,8 juta Dolar AS di tahun 2024 (Statista, 2023a).

Keuntungan yang besar dari industri musik, khususnya musik populer, ditambah masifnya acara musik atau *live music* pasca Covid-19, membuat negara-negara untuk memanfaatkan kesempatan dengan mendukung secara besar sektor ini, termasuk Singapura. Singapura dapat dikatakan negara yang saat ini industri musiknya sedang aktif, baik di kawasan Asia Tenggara maupun Asia. Sezairi Sezali menjadi musisi pop Singapura pertama yang mencapai 100 juta *streaming* untuk singelnya “*It’s You*” di Spotify pada Maret 2022 dan lagu tersebut kini telah mencapai 147 juta *streaming* secara global (Ling, 2022). JJ Lin yang merupakan artis Mando-Pop terkenal di Asia juga berhasil mengadakan konser tur dunianya dan di Singapura, tiket konsernya habis terjual (Ling, 2022).

Selain itu, beberapa musisi lokal Singapura juga telah memperluas pasarnya ke luar Singapura, seperti Sobs dan Subsonic Eye bergabung dengan label rekaman independen terkenal asal Oregon, AS Topshelf Records serta telah menggelar tur dan tampil di beberapa festival di Asia, Eropa, Australia, dan AS (Topshelf Records, n.d.). Kemudian,

Wormrot yang tergabung dengan label rekaman independen legendaris Inggris, Earache Records, dan telah tampil pada salah satu festival musik terbesar di dunia, Glastonbury Inggris (G. Ng, 2017).

Singapura dalam membangun industri musiknya juga lewat mendirikan sekolah-sekolah musik untuk meningkatkan literasi musik mereka. Ini dapat dilihat Singapura telah mendirikan 500 lebih sekolah musik dan bahkan musik adalah bagian dari kurikulum inti di Sekolah Dasar dan Sekolah Menengah Pertama di mana di antara semua kegiatan kurikuler yang berhubungan dengan seni, jumlah siswa terbesar terdaftar di musik, yaitu sekitar 55.000 bermain di orkestra, *marching band*, dan grup perkusi, serta sekitar 20.000 lainnya berpartisipasi dalam grup musik paduan suara (ANNEX C – Music Sector Plan, n.d.). Tempat pertunjukan *live music* seperti Esplanade dan Timbre, secara berkala menampilkan bakat-bakat lokal, menyediakan *platform* bagi para seniman untuk berbagi musik mereka dengan khalayak yang lebih luas, menjadi tempat berkembang biak bagi talenta lokal, dan menawarkan mereka kesempatan untuk mengasah keterampilan dan mendapatkan eksposur (Rosmin, 2023). Singapura menginvestasikan sebesar 363 juta Dolar AS untuk bidang seni dan kebudayaan pada tahun 2021 (Statista, 2023f) di mana ini sebagai bagian komitmen mereka dalam membangun industri seninya, salah satunya musik.

Mengingat saat ini *live music* juga salah satu sektor yang menjanjikan, Singapura juga menginvestasikan dana yang besar untuk sektor ini. Salah satunya adalah konser tur *The Eras* Taylor Swift di Singapura yang dihelat selama 6 kali pertunjukan dimulai dari tanggal 2 hingga 9 Maret 2024 (Taylor Swift - The Eras Tour, 2024). Kedatangan Taylor Swift ke Singapura juga tanpa alasan karena pertunjukan Taylor Swift telah memberikan dampak baik yang besar. Taylor Swift salah satu musisi yang penjualannya tertinggi sepanjang masa dengan kekayaan musik sebagai sumber pendapatan utamanya sebesar 1,1 miliar Dolar AS pada tahun 2023 (Forbes, n.d.; Trust, 2024). Selain itu, dampak ekonomi yang besar juga ditimbulkan dari pertunjukan Taylor Swift, atau yang disebut dengan *Swiftonomics* (AFP, 2023). Pemutaran film tentang tur *The Eras* yang telah tayang di lebih dari 100 negara telah menghasilkan lebih dari 100 juta Dolar dalam pra-penjualan tiketnya dan turnya sendiri, yang selesai pada Desember 2024, siap menjadi tur pertama yang menghasilkan 1 miliar Dolar (AFP, 2023). Menurut Maria Psyllou, ekonom di Universitas Birmingham Inggris yang telah menulis tentang dampak lanjutan dari tur Taylor Swift, enam konser di Los Angeles, AS, menambah 320 juta Dolar AS terhadap PDB negara tersebut (AFP, 2023).

Karena pertunjukan Taylor Swift memberikan dampak yang besar, Singapura juga mencoba mengambil keuntungan atas hal ini. Tiket penjualan tur Taylor Swift di Singapura selama 6 pertunjukan juga habis terjual dan sekitar 300.000 fans dari Singapura serta berbagai negara hadir dalam tur tersebut (Magramo, 2024). Pemerintah Singapura sendiri juga memberikan subsidi sebesar 2-3 juta Dolar AS per hari terhadap tur Taylor Swift dengan pertunjukannya selama 6 hari (Guardian Staff and Agencies, 2024). Yang menariknya, dalam klausul yang disepakati antara agensi, Pemerintah Singapura, dan pihak Taylor Swift adalah Taylor Swift hanya diperbolehkan untuk mengadakan pertunjukannya di Asia Tenggara hanya eksklusif di Singapura saja. Tujuan diberikannya dana dari Pemerintah Singapura untuk membangun kembali pariwisata setelah pandemi (Guardian Staff and Agencies, 2024).

Namun, beberapa negara tetangga di Asia Tenggara mengeluh bahwa mereka tidak bisa menikmati lonjakan wisatawan yang disebabkan oleh konsernya, yang mana seorang anggota parlemen Filipina mengatakan “hal ini bukanlah tindakan yang dilakukan oleh negara tetangga yang baik”, serta Perdana Menteri Thailand Srettha Thavisin juga mengeluhkan hal tersebut (AFP, 2023; Pekan, 2024). Di Indonesia, beberapa pejabat seperti Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno serta Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Pandjaitan berkomentar mendorong agensi konser di Indonesia untuk membuat konser-konser dengan mendatangkan musisi internasional yang berpotensi menambah devisa negara, dan pemerintah Indonesia siap memberi dukungan (Tim detikcom, 2024; Zakiah, 2024). Oleh karena itu, ada kepentingan yang ingin diraih Pemerintah Singapura dalam mendatangkan Taylor Swift, mengingat mereka mengeluarkan dana yang besar untuk menggelar pertunjukan namun hanya eksklusif di negara mereka sendiri, sehingga ini menjadi isu yang banyak dibahas pada kawasan Asia Tenggara.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai negara memanfaatkan dan mendukung industri kreatif, khususnya musik yang kini menjadi salah satu sektor yang menguntungkan. Ekonomi kreatif di bidang musik Nigeria memiliki potensi besar yang dapat dimanfaatkan untuk pembangunan nasional (Okoeguale, 2022). Industri musik juga dapat menjadi identitas nasional sebagai “negara di bawah bayang-bayang pegunungan Himalaya, mewakili tradisi musik India, Islam, Tibet, dan Nepal” di mana Pemerintah Nepal mendukung perusahaan rekaman lokal untuk membuat dan mendistribusikan musik-musik lokal populer Nepal (Giri, 2021). Di Australia, pemerintah Negara Bagian Queensland

menerbitkan iklan satu halaman penuh di *Billboard* yang menyoroti peran penting Brisbane dalam dunia musik rock dan pop (Darchen et al., 2023). Pemberian penghargaan oleh pemerintah Inggris terhadap musisi musik populer juga diperlukan karena musisi memiliki dampak penting bagi kehidupan budaya, identitas, dan warisan Inggris selama abad ke-20 dan awal abad ke-21 (Reekie, 2019). Selain itu, dibutuhkan kerja sama pemerintah dan masyarakat dalam mengembangkan industri musik populer dengan memanfaatkan berbagai sumber daya, keahlian dan jaringan, serta komitmen terhadap investasi berkelanjutan untuk menciptakan infrastruktur budaya yang berkelanjutan yang berpotensi menghasilkan keuntungan dalam industri musik (Cantillon et al., 2023)

Kemudian, industri musik populer, khususnya pada sektor *live music* dan acara-acara musik juga menjadi fokus bagi pemerintah negara-negara karena keuntungannya yang besar, terutama pasca Covid-19. Industri *live music* merupakan salah satu dari tiga bagian fundamental dari industri musik, bersama dengan industri rekaman dan penerbitan (Kiresci, 2023). Pemerintah mendukung festival musik melalui berbagai mekanisme, yang paling umum adalah memberikan subsidi pada kegiatan (Gohoungodji & Amara, 2024). *Live music* tidak hanya memberikan efek pengganda bagi perekonomian negara tetapi juga menghasilkan pendapatan langsung bagi sektor publik, dalam hal ini pemerintah daerah, dalam bentuk retribusi, kontribusi, dan pajak (Glückler & Panitz, 2023).

Di era digital ini, munculnya *platform* digital seiring dengan berkembangnya hubungan dinamis antara pemerintah Tiongkok, pasar dan masyarakat, membentuk kembali industri *live music* kontemporer Tiongkok dan menciptakan hubungan kekuatan sosial baru di antara berbagai aktor (Zhang & Xiao, 2023). Selain itu, *live music* pada masa Covid-19 bertransformasi dengan dikemas dalam bentuk digital hingga pembatasan-pembatasan yang diatur pada kerumunan oleh pemerintah negara-negara, dan akhirnya bisa kembali kepada bentuk menikmati *live music* secara langsung (Carr, 2022). Transformasi-transformasi dalam *live music* tersebut semata-mata bertujuan untuk mempertahankan *live music* tetap memberikan dampak dan keuntungan, khususnya bagi negara.

Kemudian riset-riset mengenai musik Singapura juga menjelaskan bahwa musik Singapura sangat dipengaruhi oleh perusahaan musik multinasional global, seperti BMG, EMI, Polygram, Warner, dan Sony, serta sebagai salah satu pusat perdagangan dunia, Singapura juga menjadi pusat konsumsi musik populer (Wells & Wah, 1995). Pada awalnya, Pemerintah Singapura mengontruksikan musik dengan nilai-nilai “Barat” diasosikan

dengan nilai-nilai buruk dan Singapura mempunyai nilai tersendiri yang dekat dengan Asia atau “*Asian Way*” (Kong, 2006). Walaupun perkembangan musik Singapura pada akhirnya banyak dilandasi oleh nilai-nilai Barat, perkembangan musik populer khususnya di Singapura mempunyai identitas tersendiri sebagai negara multikulturalisme yang menggabungkan Barat dan Timur dalam musiknya (L. W. K. Ho & Bampenyoun, 2023; Kong, 1996). “*Singapop*” diidentifikasi sebagai khas Singapura, sebuah musik yang merupakan perpaduan Timur dan Barat, lokal dan global, yang dipengaruhi oleh tradisi budaya lokal (Kong, 1999).

Pengaruh musik Singapura juga dilatarbelakangi oleh faktor kolonialisme dan imperialisme Inggris sehingga Singapura berada di bawah pengaruh budaya Inggris dan tidak ada pilihan selain mengadopsi budaya musik Barat sebagai elemen utama pendidikan musik sekolahnya (Ishii, 2018). Musik di Singapura telah mulai dibangun di sekolah-sekolah lewat kurikulum Program Musik Umum yang mencakup enam tingkat sekolah dasar dan dua sekolah menengah, total delapan tahun, dengan hasil pembelajaran meliputi menciptakan dan menampilkan musik secara individu dan kelompok, mendengarkan dan merespon musik, mengapresiasi musik dalam budaya yang berbeda, serta memahami elemen dan konsep musik (H. H. Ng, 2020). Program pendidikan musik populer diajarkan di sekolah-sekolah Singapura dengan perpaduan metode formal dan informal (H. H. Ng, 2018).

Pendidikan musik di Singapura tidak lepas dari kualitas guru di mana pemerintah, universitas, dan sekolah berkolaborasi erat untuk melatih guru musik di Singapura dan menciptakan sistem pelatihan guru terbaik (Rim et al., 2020). Dari pendidikan, dapat dilihat bahwa Singapura menghasilkan musisi-musisi berbakat yang telah menorehkan prestasi di panggung internasional dengan faktor-faktor yang mempengaruhi proses pengembangan bakatnya, yaitu kemampuan alami; pengalaman musik awal; pemberdayaan dan motivasi sukses; dukungan dari orang terdekat; serta pengetahuan dan nilai budaya (P. S. K. Ho & Chong, 2010).

Industri musik Singapura juga berkembang dengan dibentuknya salah satu *platform* digital MusicSG untuk mendokumentasikan, melestarikan, dan menyediakan akses terhadap rilisan-rilisan dari musisi Singapura, sumber bahan referensi terpercaya untuk mereka yang ingin mengetahui lebih banyak tentang warisan musik Singapura, serta menjadi mitra yang diakui memperjuangkan musik lokal (Chellapandi, 2015). Untuk mendorong berkembangnya musik Singapura, Pemerintah Singapura memberikan banyak hibah untuk musisi Singapura agar memperluas pasar mereka ke global melalui *New Grants Framework* (Sing, 2018).

Dengan memaparkan riset-riset terdahulu mengenai perkembangan industri musik populer, *live music*, dan musik Singapura, artikel ini berfokus kepada bagaimana kepentingan nasional Singapura dalam mengadakan acara *live music*. Hal ini dilatarbelakangi dengan banyaknya riset-riset mengenai industri musik Singapura yang berfokus tentang pengaruh dari luar, pendidikan musik, penggunaan *platform*, hingga bantuan yang diberikan Pemerintah Singapura terhadap musisi lokalnya. Artikel ini kemudian mengisi kesenjangan dari riset-riset terdahulu dengan mengambil tur Taylor Swift sebagai fokus artikel dalam memaparkan kepentingan nasional Singapura dalam acara tersebut, mengingat Taylor Swift sendiri merupakan salah satu musisi dunia yang saat ini telah memberikan dampak besar terhadap bidang-bidang strategis sebuah negara.

Negara-negara harus mendefinisikan kepentingan nasionalnya, tidak secara terpisah dari negara lain, namun dengan cara yang menyadari kepentingan negara lain dan menyadari dampak tindakan mereka terhadap masyarakat internasional yang lebih luas (Burchill, 2005). Menurut Vernon Van Dyke (dalam Mohanty, 2010), kepentingan nasional adalah hal yang ingin dilindungi atau dicapai oleh negara dalam hubungannya satu sama lain. Negara berusaha melindungi atau mencapai kepentingan nasionalnya, yang juga menjadi tujuan kebijakan luar negeri dan dapat dibagi menjadi tujuan jangka panjang dan jangka pendek (Naaz, 2012). Menurut perspektif Realis, sistem internasional menentukan posisi negara dalam mengambil tindakan untuk kepentingan nasionalnya dan memperkirakan kebijakan luar negeri yang akan diambilnya (Naaz, 2012). Menurut pandangan Liberal, kepentingan nasional bergantung pada masyarakat domestik negara dan budayanya (Nye, 2008).

Kepentingan nasional suatu negara dibagi menjadi kepentingan vital dan nonvital. Kepentingan vital adalah kepentingan yang tidak dapat dikompromikan oleh negara, bahkan jika harus berperang, dan dianggap tetap atau utama (Naaz, 2012). Hal tersebut mencakup perlindungan integritas teritorial atau terkadang prestise nasional (Naaz, 2012). Seringkali, kepentingan vital ditentukan berdasarkan kepentingan egois suatu negara, tanpa mempertimbangkan norma-norma internasional, terutama dalam kasus negara-negara besar, seperti Intervensi AS di Vietnam, Asia Barat, dan Afghanistan dianggap perlu untuk melindungi kepentingan vital mereka (Naaz, 2012). Kemudian, kepentingan nonvital adalah kepentingan-kepentingan yang tidak ingin diraih dengan cara negara berperang secara fisik namun ingin dipenuhi, misalnya peningkatan perdagangan atau kontak budaya (Naaz, 2012). Kepentingan vital dapat digambarkan sebagai *goals* dan kepentingan nonvital sebagai

objectives dari kebijakan luar negeri (Naaz, 2012). Tujuan yang paling umum adalah menjaga hubungan baik dengan negara lain, melindungi ideologi, mensejahterakan rakyat, meningkatkan wibawa dan kekuasaan nasional (Naaz, 2012).

Kepentingan nonvital juga mencakup menyeimbangkan defisit perdagangan bilateral, memperluas demokrasi di seluruh dunia, menjaga keutuhan wilayah dan sistem politik khusus negara lain, dan lain-lain (Metea, 2020). Kepentingan nonvital dapat dinegosiasikan, jauh lebih fleksibel, dan akomodatif terhadap negara lain (Vettel, dalam Burchill, 2005). Kepentingan sekunder atau nonvital lebih banyak dilakukan oleh negara jauh dari luar perbatasan fisik dan tidak menimbulkan ancaman terhadap kedaulatan negara (Roskin, 1994).

Dalam konteks kepentingan nasional Singapura lewat konser Taylor Swift, artikel ini membatasi analisisnya pada kepentingan-kepentingan yang bersifat nonmiliter karena pada isu ini tidak bersifat militeristik dan lebih menekankan penggunaan *soft power* Singapura dalam meraih kepentingan nasionalnya. *Soft power* sendiri merupakan sebagai kemampuan untuk mengkooptasi dan membujuk, bukan memaksa (Nye, 1990). *Soft power* dapat dilihat melalui dari kebijakan luar negeri, nilai-nilai politik, budaya dan melibatkan pembentukan preferensi orang lain melalui daya tarik (Nye, 1990). Dengan demikian, *soft power* adalah bentuk *power* yang digunakan untuk meraih kepentingan nasional dari sebuah negara. Maka, artikel ini bertujuan mendeskripsikan kepentingan nasional yang diraih Singapura dalam penyelenggaraan tur konser *The Eras* Taylor Swift yang dilihat dari sisi kepentingan yang bersifat nonmiliter.

Pada artikel ini mengambil kepentingan nasional nonvital karena lebih bersifat nonmiliteristik. Dari berbagai tujuan kepentingan nonvital yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pada artikel ini berfokus kepada tiga bentuk bagian kepentingan nasional. Adapun penjabarannya, sebagai berikut:

Kepentingan Ekonomi

Kepentingan nasional menjadi konsepsi ekonomi dalam hal negosiasi yang melibatkan kebijakan, tata negara, dan urusan sosial pada umumnya (Burchill, 2005). Negara membuat kebijakan luar negerinya tidak hanya berfokus kepada keamanan nasional, namun pada tujuan kesejahteraan ekonomi (Burchill, 2005). Artinya, negara lewat kebijakan luar negerinya digunakan untuk mengejar kekayaan yang diukur dengan standar ekonomi yang

berlaku, seperti perolehan dalam tanah, rumah, modal materi, uang, kredit, dan komoditas yang dapat ditukar (Burchill, 2005).

Kepentingan Prestise

Negara bertujuan untuk mengejar prestise karena berbagai alasan, termasuk militer, ekonomi, budaya, diplomatik, intelektual atau kemanusiaan (Wood, 2013). Prestise menginformasikan motif penempatan identitas, tujuan politik dalam negeri, serta kebijakan luar negeri (Wood, 2013). Negara-negara dalam mengejar prestise mempunyai bentuk, kekuasaan, atau pengaruh tertentu, meskipun tidak harus didasarkan pada sumber daya material (militer, ekonomi, teknologi, atau demografi kuantitatif) (Wood, 2013). Negara dapat meyakinkan bahwa mereka memiliki sumber daya tertentu padahal sebenarnya mereka tidak memilikinya, atau tidak pada tingkat yang mereka miliki (Wood, 2013).

Kepentingan Eksistensi

Pada awalnya, eksistensi sebuah negara ditentukan oleh wilayah teritorial dan kedaulatannya (Mardiyanto, 2022). Tetapi, setelah berakhirnya Perang Dunia II, eksistensi negara tidak dilihat dari fisik saja, dan dengan adanya globalisasi yang memunculkan isu-isu baru yang berkembang, mengakibatkan negara harus bekerja sama dengan negara-negara lain untuk menjaga eksistensinya dalam rangka meraih kepentingan nasional untuk kebutuhan dalam negerinya (Mardiyanto, 2022) Daya tarik yang dimiliki oleh sebuah negara dapat menciptakan peningkatan eksistensi negara untuk berlomba-lomba dalam membangun kerja sama, serta negara menentukan pilihannya, apakah bersikap netral atau aktif membangun kerja sama dengan negara lain yang dianggap menguntungkan tanpa membahayakan hubungannya dengan pihak yang lain (Hamzah et al., 2022; S. S. Tan, 2011).

METODE PENELITIAN

Artikel ini menggunakan metode kualitatif dengan melihat makna dari kepentingan nasional Singapura dalam mendatangkan Taylor Swift dalam rangkaian turnya (Creswell, 2007). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan lewat pengumpulan data primer seperti laporan atau *speech* dari pihak Pemerintah Singapura dan data sekunder seperti artikel jurnal, berita, halaman daring, laporan, dan lain-lain yang sesuai dengan konteks tema artikel di mana data sekunder ini telah diolah terlebih dahulu oleh penulis awalnya. Analisis data mencakup persiapan dan pengaturan data (misalnya data teks dalam

bentuk transkrip) untuk dianalisis, kemudian mereduksi data menjadi tema-tema yang relevan, dan akhirnya menyajikan data tersebut dalam bentuk pembahasan, tabel, atau gambar (Creswell, 2007). Data-data yang dipersiapkan adalah data-data primer dan sekunder seperti yang dijelaskan sebelumnya, selanjutnya mereduksi data-data sesuai dengan tema yang dibutuhkan mengenai kepentingan nasional Singapura dalam tur Taylor Swift, dan terakhir menyajikan data dalam bentuk pembahasan sesuai dengan konsep analisis yang digunakan yaitu kepentingan nasional.

PEMBAHASAN

Kedatangan Taylor Swift ke Singapura dalam rangkaian tur *The Eras* yang dilaksanakan selama 6 hari berturut-turut dimanfaatkan oleh Pemerintah Singapura untuk meraih kepentingan nasionalnya. Adapun dalam artikel ini ditemukan beberapa kepentingan nasional Singapura, yaitu:

Keuntungan Ekonomi

Mengingat Taylor Swift merupakan musisi yang mempunyai daya tarik dan telah berdampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi bagi negara-negara, khususnya yang mengeliat konser musiknya, Singapura memanfaatkan hal tersebut untuk keuntungan ekonominya. Menurut survei Bloomberg, proyeksi pertumbuhan ekonomi Singapura pada kuartal pertama menunjukkan peningkatan, dengan beberapa analisis mengaitkan sebagian dari kenaikan ini dengan enam konser Taylor Swift yang diadakan di Singapura (Ming, 2024). Produk domestik bruto diperkirakan meningkat sebesar 2,9% dalam tiga bulan yang berakhir pada 31 Maret 2024, merupakan laju tercepat dalam enam kuartal terakhir, menurut perkiraan median dalam survei tersebut (Ming, 2024).

Konser Taylor Swift di Singapura diperkirakan akan menambah sekitar 225 juta Dolar AS hingga 300 juta Dolar AS, terhadap PDB Singapura pada kuartal pertama (Ming, 2024). Penjualan tiket diperkirakan mencapai 75,2 juta Dolar AS, dengan sebagian besar pendapatan ini diasumsikan akan diberikan kepada para artis, sementara sekitar 19,5 juta Dolar AS diperkirakan akan tetap beredar dalam perekonomian Singapura (A. Tan, 2024). Sekitar 40% pengunjung konser merupakan wisatawan yang rata-rata menginap selama empat hari dan menghabiskan sekitar 400 Dolar AS per orang (A. Tan, 2024). Kontribusi ini diharapkan

mencapai 403,2 juta Dolar AS terhadap pendapatan pariwisata (A. Tan, 2024). Dari jumlah tersebut, diperkirakan bahwa seperempat dari totalnya akan digunakan untuk akomodasi, seperempat untuk belanja, 10% untuk konsumsi minuman dan makanan, sementara sisanya akan dialokasikan untuk pengeluaran lainnya seperti tiket pesawat dan transportasi dalam negeri (A. Tan, 2024). Konser Taylor Swift secara signifikan menguntungkan sektor perhotelan, makanan dan minuman, serta industri ritel di Singapura (Ming, 2024). Hal ini berdampak kepada industri pariwisata Singapura yang semakin dikenal secara global akibat dari pengaruh Taylor Swift (A. Tan, 2024).

Dampak ekonomi lainnya yang ditimbulkan dari konser Taylor Swift di Singapura yaitu terhadap perekonomian Singapura yang disebabkan oleh pengeluaran satu orang yang rata-rata penonton konser Taylor Swift adalah sekitar 1.385 Dolar AS (A. Tan, 2024). Mengingat eksklusivitas Singapura di Asia Tenggara dan terbatasnya jumlah kamar, bahkan mengingat bulan Maret adalah musim yang lebih lambat untuk perjalanan liburan, persentase peningkatan pendapatan jumlah kamar tersedia hotel selama konser Taylor Swift akan mencapai lebih dari 50% dibandingkan dengan rata-rata bulan Maret 2023 (A. Tan, 2024). Dengan asumsi bahwa sekitar 70% dari sekitar 300.000 penonton konser datang dari luar negeri dan terdapat dua orang per kamar selama enam malam pertunjukan, bahwa dampak langsung terhadap penerimaan hotel bisa mencapai 35 juta Dolar AS (A. Tan, 2024). Selama penyelenggaraan konser Taylor Swift, jumlah pemesanan terkait Singapura mengalami peningkatan signifikan: Penerbangan meningkat sebesar 186%, akomodasi naik sekitar 460%, dan objek wisata serta tur naik hingga 2.373% (A. Tan, 2024).

Konser Taylor Swift yang eksklusif dengan durasi hari yang dikatakan panjang juga dipengaruhi oleh skala ekonomi, mengingat Singapura adalah negara kecil dan ketika konser dilihat dalam jangka waktu tertentu, maka tidak akan dapat memperoleh skala ekonomi tersebut. Maka, akan ada keseimbangan pertimbangan yang sangat berbeda (B. Tan, 2024). Selain itu, Singapura menghadapi persaingan regional yang ketat untuk konser dan acara serupa lainnya, dan perlu terus berinvestasi pada infrastruktur dan perangkat lunak untuk terus menarik acara hiburan, gaya hidup, dan olahraga (B. Tan, 2024). Sehingga konser Taylor Swift yang eksklusif dapat dikatakan sebagai salah satu kesuksesan investasi Singapura yang berdampak terhadap tumbuhnya perekonomian Singapura.

Selain itu, dampak peningkatan devisa Singapura terhadap konser Taylor Swift dihasilkan dari sektor-sektor yang terpengaruh dari acara tersebut. Hal ini dapat dilihat dari asumsi pengeluaran (stimulus) penonton. Dari data yang diolah oleh Revindo et al., (2024), rata-rata pengeluaran penonton pada penjualan tiket Taylor Swift sebesar 406,7 Dolar Singapura, termasuk biaya pemesanan tiket sebesar 20 Dolar Singapura. Dari 300.000 penonton yang hadir dengan konser selama 6 hari, maka pengeluaran penonton untuk tiket sebesar 122 juta Dolar Singapura (Revindo et al., 2024). Kemudian, dari penjualan *merchandise* sebesar 14,6 juta Dolar Singapura, dengan pembelian seperti 20% poster (rata-rata 35,16 Dolar Singapura), 50% kaos (rata-rata 57,4 Dolar Singapura), 10% botol minum (rata-rata 35,16 Dolar Singapura), 10% topi (rata-rata 43,95 Dolar Singapura), 5% spanduk (rata-rata 43,95 Dolar Singapura), dan 5% hoodie (rata-rata 105,48 Dolar Singapura) (Revindo et al., 2024).

Akomodasi yang dikeluarkan penonton sebesar 57,6 juta Dolar Singapura dengan rata-rata harga per malam di 10 hotel terdekat dari tempat konser sebesar 160 Dolar dan diasumsikan penonton internasional sebesar 40% menginap selama 2 malam (Revindo et al., 2024). Transportasi menyumbang pengeluaran 3,6 juta Dolar Singapura yang mana penonton mengeluarkan rata-rata biaya sebesar 6 Dolar Singapura menggunakan transportasi umum, sementara penonton dari luar Singapura mengeluarkan rata-rata 2 Dolar Singapura per hari selama dua hari dengan total pengeluaran sebesar 720 ribu Dolar Singapura (Revindo et al., 2024). Transportasi antarnegara menyumbang pengeluaran sebesar 138,6 juta Dolar Singapura dengan rata-rata harga tiket ke Singapura dari negara-negara Asia sebesar 770 Dolar Singapura (Revindo et al., 2024). Terakhir, pengeluaran makanan dan minuman sebesar 21,06 juta Dolar Singapura dengan keseluruhan penonton mengeluarkan rata-rata 3 Dolar Singapura untuk minuman (total 900 ribu Dolar Singapura), 80% penonton mengeluarkan biaya makanan rata-rata sebesar 9 Dolar Singapura (total 2,16 juta Dolar Singapura), dan penonton asing dengan 60% mengeluarkan 50 Dolar Singapura per orang dalam satu hari (total 18 juta Dolar Singapura) (Revindo et al., 2024). Dengan demikian, secara keseluruhan pengeluaran penonton mencapai 358,2 juta Dolar Singapura (Revindo et al., 2024).

Pengeluaran penonton tersebut kemudian berdampak kepada pendapatan bagi Singapura. Dari sisi pendapatan terhadap *output* sebesar 559,8 juta Dolar Singapura, dengan rincian transportasi udara (153 juta); seni dan hiburan (124 juta); akomodasi (59 juta);

jasa makanan dan minuman (24 juta); perdagangan retail (19 juta); *real estate* (19 juta); perdagangan grosir (15 juta); pemrograman komputer, konsultasi, dan informasi (13 juta); produk bahan bakar minyak (11 juta); jasa arsitektur dan teknik (11 juta) (Revindo et al., 2024). Kemudian, dampak terhadap PDB Singapura sebesar 340,2 juta Dolar Singapura, dengan rincian seni dan hiburan (60 juta); transportasi udara (41 juta); akomodasi (34 juta); *real estate* (21 juta); perdagangan grosir (15 juta); jasa arsitektur dan teknik (11 juta); jasa makanan dan minuman (11 juta); pemrograman komputer, konsultasi, dan informasi (10 juta); perdagangan retail (10 juta); perbankan dan finansial (8 juta) (Revindo et al., 2024). Pada sektor pendapatan rumah tangga, dampak yang dihasilkan sebesar 196,9 juta Dolar Singapura, dengan rincian seni dan hiburan (45 juta); transportasi udara (23 juta); akomodasi (15 juta); *real estate* (8 juta); jasa arsitektur dan teknik (7 juta); pemrograman komputer, konsultasi, dan informasi (7 juta); jasa makanan dan minuman (7 juta); perdagangan grosir (7 juta); perdagangan retail (6 juta); layanan pembersihan dan pemeliharaan (6 juta) (Revindo et al., 2024).

Dengan bukti konser Taylor Swift yang memberikan dampak ekonomi, Pemerintah Singapura mengambil kepentingan ekonomi di dalamnya. Hal ini diperkuat dengan dasar industri musik yang saat ini menunjukkan pertumbuhan yang tinggi, khususnya memberikan dampak terhadap ekonomi. Ini dinyatakan oleh Low Yen Ling, Minister Of State dari Kementerian Kebudayaan, Masyarakat, serta Pemuda dan Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Singapura menyatakan mengutip dari Laporan Musik Global IFPI, pasar penjualan digital dan fisik di Singapura tumbuh 16% dari 26 juta Dolar AS pada tahun 2019, yaitu pada periode sebelum Covid-19, menjadi 31 juta Dolar AS pada tahun 2021 (Ling, 2022). Dengan mulai berakhirnya pandemi Covid-19 yang sebelumnya membuat orang-orang tidak bisa berkumpul secara banyak dan berdampak kepada sektor ekonomi, konser musik menjadi salah satu bentuk untuk meningkatkan perekonomian Singapura. Taylor Swift sebagai salah satu musisi yang memiliki pengaruh, khususnya di bidang ekonomi dengan berbagai acara-acara dan bentuk-bentuk yang menyangkut terhadapnya, dimanfaatkan oleh Singapura untuk mencapai keuntungan-keuntungan ekonomi untuk meraih kepentingannya. Selain itu, Singapura menghadapi persaingan regional yang ketat untuk konser dan acara serupa lainnya, dan perlu terus berinvestasi pada infrastruktur dan perangkat lunak untuk terus menarik acara hiburan, gaya hidup, dan olahraga ke Singapura (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024).

Kepentingan Prestise

Konser Taylor Swift di Singapura dimanfaatkan untuk mengejar kepentingan prestise. Lokasi Singapura yang strategis dan infrastruktur bisnis yang menunjang menjadi pendukung untuk mewujudkan Singapura sebagai pusat yang ideal untuk aktivitas dan operasional industri musik (Ling, 2022). Hal ini diperkuat dengan dibukanya “*Singapore Sports Hub*” dengan salah satu visinya menjadikan Singapura dan *Sports Hub* sebagai tujuan olahraga dan hiburan terkemuka di kawasan (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024). Selain itu, selain manfaat pariwisata dan ekonomi, menjadi penyelenggara bagi artis dunia seperti Taylor Swift akan membantu memposisikan Singapura sebagai pusat kebudayaan di Asia Tenggara, yang mampu menjadi tuan rumah berbagai acara seni, musik, dan budaya yang berbeda, serta sebagai acara olahraga dan gaya hidup yang besar, serta menjadikan Singapura sebagai tujuan wisata yang menarik (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024).

Singapura terletak dalam jarak yang dekat dengan negara-negara lain di Asia Tenggara dan memiliki konektivitas udara yang baik dengan banyak negara di kawasan tersebut. Ini menarik banyak para artis dan mengubah pecinta musik menjadi wisatawan, memungkinkan mereka untuk menikmati hiburan lain di Singapura setelah waktu konser. Kemudian, pemerintahan yang stabil, jaminan atas keselamatan dan keamanan, seperti pengendalian massa dan protokol antiterorisme juga menjadi alasan Singapura menjadi tujuan pilihan bagi musisi dunia (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024).

Selain itu, dalam negosiasinya dengan pihak promotor, terdapat pertimbangan-pertimbangan yang menjadi nilai tambahan bagi Singapura. Promotor artis dunia akan melakukan perhitungan sendiri dan menilai di mana mereka ingin tampil dan berapa lama, dan salah satu pertimbangan utama adalah lokasi, yang merupakan kuncinya (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024). Ada banyak alasan mengapa artis kelas dunia memilih menggelar konser berskala besar di Singapura seperti lokasi Singapura yang strategis, infrastruktur berkualitas, fasilitas yang baik, keamanan, efisiensi dan beragam penawaran budaya (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024). Pemerintah beserta pihak swasta juga secara proaktif bekerja sama dengan para artis dan promotor, untuk menjadikan pengalaman mereka tampil di Singapura menjadi pengalaman yang baik, untuk menarik acara kelas atas ke Singapura (Singapore Ministry of Culture Community and Youth, 2024).

Kepentingan Singapura untuk mengejar prestise sebagai pusat industri musik juga dilatarbelakangi dengan Rencana Seni Singapura 2023-2027 yang bertujuan mengembangkan Singapura menjadi kota dan pusat budaya yang khas (National Arts Council Singapore, 2023). Untuk meraih kepentingan ini, dibutuhkan keberhasilan untuk menarik perhatian dalam menghubungkan dan meningkatkan jumlah penonton di dalam dan luar negeri (National Arts Council Singapore, 2023). Selama lima tahun terakhir, penonton telah menikmati pengalaman seni yang baru dan berbeda, karena dampak pandemi Covid-19, semakin banyak penonton yang mulai mengakses program seni lokal dan internasional melalui *platform* digital (National Arts Council Singapore, 2023). Mereka terbuka terhadap kemungkinan-kemungkinan baru dalam bentuk seni multidisiplin dan berpartisipasi dalam seni dengan cara-cara baru, serta misi Singapura untuk mengejar kepentingan prestise ini adalah menjadikan seni menjadi bagian penting dalam kehidupan penonton, yang akhirnya akan timbul dari *top of mind* dari penonton bahwa Singapura adalah negara yang menghargai seni (National Arts Council Singapore, 2023). Konser Taylor Swift di Singapura secara tidak langsung menarik perhatian *Swifties* (sebutan fans Taylor Swift) dari berbagai negara, serta fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh Singapura, akhirnya berdampak kepada *branding* yang tercipta bahwa Singapura adalah negara ideal untuk berkembangnya seni.

Selain itu, Singapura yang latar belakang masyarakatnya terdiri dari berbagai suku, ras, dan agama, dengan kemampuan Singapura menyelenggarakan konser artis dunia seperti Taylor Swift, itu dapat menjadikan Singapura sebagai negara yang dapat menyatukan dan menghubungkan beragam komunitas dan meningkatkan rasa memiliki (National Arts Council Singapore, 2023). Singapura menganggap bahwa konser musik yang merupakan bagian dari pengalaman seni adalah kesempatan bagi orang untuk menjalin hubungan dan pemerintah Singapura akan meningkatkan penetrasi seni ke dalam setiap aspek dan menciptakan lebih banyak kesempatan di mana masyarakat dapat berbagi pengalaman dan perspektif, serta memperdalam pertukaran yang bermakna (National Arts Council Singapore, 2023).

Prestise lainnya yang ingin dibangun oleh Singapura adalah menjadikan kawasan yang mempunyai ciri khas seninya tersendiri. Infrastruktur yang dibangun adalah ruang di mana seni dialami dan diciptakan, seperti tempat konser, galeri dan teater, serta ruang kerja seniman seperti studio dan bengkel (National Arts Council Singapore, 2023). Ruang-ruang tersebut juga merupakan fokus bagi keterlibatan masyarakat, dan para penyewa karya seni di ruang-ruang ini telah berkontribusi terhadap upaya penempatan di lingkungan sekitar

(National Arts Council Singapore, 2023). Pemerintah Singapura mendukung hal tersebut dengan telah mengembangkan ruang untuk penggunaan seni dan budaya lebih dari lima kali lipat sejak tahun 1985, dari sekitar 18.000 meter persegi menjadi lebih dari 88.000 meter persegi (National Arts Council Singapore, 2023).

Ruang-ruang ini mencakup pusat seni multitenan dan ruang dengan fasilitas bersama seperti studio serba guna dan studio proyek (National Arts Council Singapore, 2023). Contoh ruang tersebut termasuk Goodman Arts Centre, Aliwal Arts Centre, Stamford Arts Centre, dan 42 Waterloo Street yang baru saja direnovasi (National Arts Council Singapore, 2023). Dengan lanskap seni Singapura yang terus berkembang, penting untuk memastikan bahwa ruang seni dapat memberikan manfaat bagi masyarakat luas (National Arts Council Singapore, 2023). Dalam kaitannya terhadap konser Taylor Swift yang dapat mengadakan pertunjukannya selama 6 hari, ada sebuah prestise yang diraih Singapura bahwa negara tersebut mampu menyediakan infrastruktur yang memadai untuk menggelar pertunjukan artis “kelas dunia”.

Kepentingan Eksistensi

Dari keuntungan ekonomi yang didapatkan serta prestise yang diraih oleh Singapura dari keberhasilan mereka mengadakan konser Taylor Swift, berdampak kepada eksistensinya dalam politik internasional, baik dalam sebuah kawasan hingga dunia. Singapura yang mendatangkan konser Taylor Swift dengan cara yang “unik” seperti yang telah dijelaskan pada pendahuluan, serta fasilitas-fasilitas yang disediakan dianggap memiliki nilai yang baik, menjadi landasan bagi aktor-aktor lain untuk melakukan kerja sama dengan Singapura, baik itu aktor negara maupun nonnegara.

Dari keberhasilan tersebut, Singapura mulai menjajaki kerja sama dengan Indonesia dalam meraih potensi yang ditimbulkan dalam acara musik artis internasional. Hal ini dilakukan oleh Menteri Pariwisata Indonesia Sandiaga Uno yang bertemu dengan Menteri Singapura Ministry of Sustainability and the Environment, Grace Fu Hai Yien ketika Sandiaga berada di Singapura saat menonton Taylor Swift (Shofa, 2024). Menurut siaran pers kementerian, kedua menteri telah membahas peluang bagi Indonesia-Singapura untuk bekerja sama dalam menyelenggarakan acara musik “kelas dunia”, termasuk artis internasional,

mengingat pemerintah Indonesia menyadari manfaat ekonomi besar yang diraih Singapura setelah Singapura adalah satu-satunya negara di Asia Tenggara yang dipilih sebagai lokasi untuk tur konser Taylor Swift (Shofa, 2024).

Kemampuan Singapura dalam mendatangkan dan mengadakan konser internasional, dimanfaatkan oleh Singapura untuk memperluas musik lokal mereka ke negara-negara lain, salah satunya Laos. Kedutaan Besar Singapura untuk Laos dengan dukungan dari Ministry of Culture, Community and Youth Singapura pada 27 Maret 2024 mengorganisir pertunjukan musik oleh grup musik Singapura yIN Harmony dalam peringatan hari jadi ke-50 dari pendirian hubungan diplomatik antara kedua negara (Lao News Agency, 2024). Saat ini, kerja sama bilateral mencakup bidang-bidang baru seperti energi dan keberlanjutan, pengembangan sumber daya manusia, serta kerja sama di ASEAN (Lao News Agency, 2024).

Kerja sama yang baik Singapura-Laos di bidang budaya juga diperkuat dengan adanya acara tersebut, di mana sebelumnya pada tahun 2016, mahasiswa dari Singapura dan Laos bekerja sama dalam sebuah pameran seni di Sekolah Nasional Seni Pertunjukan Laos, pada tahun 2019, Singapore Dance Theatre menampilkan pertunjukan balet di tempat yang sama, dan pada bulan Februari 2024, para pemain boneka tangan dari Khao Niew Lao Theatre mengadakan lokakarya di Akademi Seni Rupa Nanyang Singapura (Lao News Agency, 2024). Selain itu, ansambel musik yIN Harmony telah tampil di acara-acara besar di Singapura, serta di negara-negara seperti Vietnam, Tiongkok, dan Brunei Darussalam di mana musik mereka, yang menggabungkan dan mengharmonisasikan banyak gaya yang berbeda, mencerminkan identitas Singapura sebagai negara multiras dengan warisan budaya yang beragam (Lao News Agency, 2024). Dengan demikian, pementasan musik tersebut dianggap sebagai bentuk eksistensi Singapura dalam mengenalkan budaya mereka ke negara-negara lain, untuk mempromosikan identitas Singapura tersebut.

Peningkatan eksistensi Singapura tidak hanya dibangun lewat kerja sama dengan aktor negara saja. Singapura bekerja sama dengan aktor nonnegara yang bagi Singapura dianggap sebagai mitra penting dalam perkembangan industri musik mereka. Hal tersebut dibuktikan dengan beberapa perusahaan musik global telah mendirikan ada di Singapura. Pada tahun 2019, Universal Music Group mendirikan kantor pusat regional Asia Tenggara di Singapura, dan mendirikan dua divisi label utama, Def Jam SEA dan Astralwerks Asia (Ling, 2022). Pada awal tahun 2022, Sony Music Group juga membuka kantor pusatnya untuk

Asia Tenggara dan memperkuat investasinya di wilayah Asia (Ling, 2022). Ini menjadi pusat bagi Sony Music Entertainment, Sony Music Publishing, Sony Interactive Entertainment, pencipta PlayStation, serta perusahaan musik independen, The Orchard (Ling, 2022).

Singapura juga bekerja sama dengan IFPI dalam mengembangkan hak kekayaan intelektual pada musik. IFPI mendirikan salah satu kantor pusatnya di Singapura dan berperan penting dalam mendukung nilai ekonomi musik rekaman serta perannya dalam menciptakan pertumbuhan, lapangan kerja, dan memfasilitasi investasi (Ling, 2022). IFPI memastikan hak para anggotanya, yang menciptakan, memproduksi, dan berinvestasi dalam musik, serta memastikan bahwa hak-hak mereka ditegakkan (Ling, 2022). Dengan demikian, kerja sama yang dibangun oleh Singapura dan IFPI bertujuan untuk memperkuat eksistensi musik mereka di mana IFPI bergabung dengan banyak organisasi dan bisnis internasional, serta Singapura dapat memanfaatkan hal tersebut (Ling, 2022). Selain itu, IFPI juga akan mendapatkan manfaat dari Singapura sebagai pusat kegiatan *Intellectual Property* (IP) regional mereka lewat daya tawar yang disediakan oleh Singapura, seperti infrastruktur bisnis, musik, dan lain-lainnya (Ling, 2022).

Dengan peningkatan eksistensi Singapura lewat menjalin kerja sama akibat kesuksesan mengadakan konser Taylor Swift, dapat dimanfaatkan oleh Singapura untuk kedepannya artis musik lokal mereka dapat berpartisipasi di berbagai *platform* dan berkolaborasi dengan seniman dalam pertunjukan atau untuk menciptakan karya baru (ANNEX C – Music Sector Plan, n.d.), seperti salah satunya yang dilakukan oleh Singapura pada Laos. Kesempatan untuk mendapatkan eksposur dan pertukaran seperti ini akan mengasah kemampuan artistik musisi, memperluas jaringan mereka, dan menjadi tahapan awal untuk menembus pasar kawasan dan internasional guna menumbuhkan audiens yang lebih besar untuk musik Singapura (ANNEX C – Music Sector Plan, n.d.).

Peningkatan eksistensi Singapura dengan kesuksesan mengadakan konser Taylor Swift juga tidak dilihat dari aspek bagaimana mereka dapat membangun kerja sama dengan negara lain. Eksistensi Singapura juga dapat dilihat dari ketika negara lain juga ikut bersaing untuk mengadakan acara yang serupa. Hal ini dilakukan oleh Thailand dengan menjadi tuan rumah dua festival musik berskala internasional, Summer Sonic dan Tomorrowland (Travel Weekly Asia, 2024). Summer Sonic, yang terkenal dengan suasananya yang dinamis dan penampil yang beragam, akan melakukan debutnya di Asia Tenggara di Bangkok pada

24-25 Agustus 2024, mengambil inspirasi dari kesuksesan besarnya di Jepang, yang secara konsisten menarik puluhan ribu pengunjung setiap tahunnya (Travel Weekly Asia, 2024). Sementara itu, Tomorrowland yang akan diadakan pada tahun 2026 menjanjikan untuk meningkatkan status Thailand sebagai pusat bagi penggemar musik elektronik di mana festival yang berasal dari Belgia pada tahun 2005, serta termasuk festival musik elektronik terbesar di dunia dengan acara utamanya di Belgia menarik ratusan ribu pengunjung setiap tahunnya (Travel Weekly Asia, 2024). Belajar dari keberhasilan Singapura, dalam menyelenggarakan acara eksklusif, Thailand secara strategis memosisikan dirinya untuk meniru strategi yang dilakukan Singapura di mana jumlah angka dari dampak ekonomi yang ditimbulkan pada konser Taylor Swift di Singapura, dapat dibandingkan dengan prospek yang menjanjikan untuk pemulihan ekonomi Thailand (Travel Weekly Asia, 2024).

KESIMPULAN

Upaya Singapura dalam mengadakan konser eksklusif Taylor Swift menjadi hal yang menarik di mana untuk mengembangkan *power* sebuah negara tidak harus bersifat militeristik. Dengan pemanfaatan situasi industri kreatif yang saat ini berkembang pesat, digunakan oleh Singapura untuk mengembangkan *power*-nya dalam bentuk nonmiliter, sehingga membuat negara-negara di Asia Tenggara bereaksi atas tindakan Singapura tersebut. Ini menjadi poin menarik lanjutannya ketika sebuah negara tidak perlu menggunakan unsur-unsur militer untuk menciptakan respon dan reaksi atas negara tetangganya di sebuah kawasan. Perkembangan zaman juga menuntut negara-negara dapat beradaptasi dengan kondisi lingkungan sekitarnya, salah satunya industri musik yang mempunyai pasarnya tersendiri dan juga memiliki pengaruh yang besar. Dapat dikatakan bahwa Singapura meraih kepentingan nasional dengan memanfaatkan perkembangan industri musik saat ini.

Kemudian, artikel ini juga diharapkan dapat membuka kajian-kajian selanjutnya mengenai studi kepentingan nasional yang diraih oleh negara. Seperti yang dijelaskan sebelumnya, ke depannya diharapkan adanya studi yang mempelajari bahwa di saat ini, mungkin bisa saja negara-negara dapat meraih kepentingan nasionalnya tidak harus berfokus kepada peningkatan kekuatan militernya. Tetapi, dapat mengambil keuntungan dari kondisi-kondisi perkembangan dunia yang saat ini terjadi dan dapat dijadikan sebagai kesempatan

untuk meraih kepentingan nasionalnya tersebut. Dengan demikian, terdapat sebuah studi baru diharapkan bahwa sebuah negara dapat meraih kepentingan nasionalnya justru lebih besar dari hal-hal yang bersifat nonmiliter dibandingkan militer.

DAFTAR PUSTAKA

- AFP. (2023). Swiftonomics and Beyonce Bump: How Stars Power Economies. *The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/culture/2023/10/14/swiftonomics-and-beyonce-bump-how-stars-power-economies.html>
- Antunès, I. (2023). *Rethinking the Growth of Creative Economy in Indonesia: The Music and Gaming Sub-sectors*.
- Cantillon, Z., Baker, S., & Chalk, L. (2023). Leveraging popular music heritage as sustainable cultural infrastructure in small cities. *International Journal of Cultural Policy*, 29(6), 716–732. <https://doi.org/10.1080/10286632.2022.2138365>
- Cantor, R. D. (1986). *Contemporary International Politics*. West Publishing Company. <https://doi.org/978-0314852243>
- Carr, P. (2022). Introduction: Covid Recovery and Early Covid Music Literature. *Journal of World Popular Music*, 9(1–2), 5–30. <https://doi.org/10.1558/jwpm.23347>
- Chapain, C., & Stryjakiewicz, T. (2017). Introduction – Creative Industries in Europe: Drivers of (New) Sectoral and Spatial Dynamics. In C. Chapain & T. Stryjakiewicz (Eds.), *Creative Industries in Europe* (pp. 1–15). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56497-5_1
- Chellapandi, S. (2015). MusicSG: A Digital Music Archive of Singapore’s Music. *Fontes Artis Musicae*, 62(2), 101–109. <https://www.jstor.org/stable/24579448>
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (2nd ed.). Sage Publications, Inc.
- Darchen, S., Willsted, J., & Browning, Y. (2023). The “music city” paradigm and its policy side: a focus on Brisbane and Melbourne. *Cultural Trends*, 32(3), 296–310. <https://doi.org/10.1080/09548963.2022.2062565>
- Dyson, S. (2024). *China Music Industry Update, February 2024*. <https://omdia.tech.informa.com/om120628/china-music-industry-update-february-2024>
- Forbes. (n.d.). Taylor Swift Profile. *Forbes*. <https://www.forbes.com/profile/taylor-swift/?sh=8de895818e24>

- Giri, S. (2021). Digital Technologies and Music Digitisation: Challenges and Opportunities for the Nepalese Music Industry. *International Journal of Music Business Research*, 10(2), 79–90. <https://doi.org/10.2478/ijmbr-2021-0005>
- Glückler, J., & Panitz, R. (2023). Live Music in the Time of Corona: On the Resilience and Impact of a Philharmonic Orchestra on the Urban Economy. *Sustainability*, 15(4), 1–14. <https://doi.org/10.3390/su15043611>
- Gohoungodji, P., & Amara, N. (2024). Greening Live Shows: What Factors Matter? A Systematic Review of Factors Affecting Sustainability Practices in Music Festivals. *International Journal of Arts Management*, 26(2), 69–90.
- Gottfried, G. (2020). \$170M For Music: German Businesses Battle For Budget. *Pollstar*. <https://news.pollstar.com/2020/07/20/170m-for-music-german-businesses-battle-for-budget-2/>
- Götting, M. C. (2024). *Estimated Expenses of U.S. Music Publishers from 2007 to 2022*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/185396/estimated-expenses-of-us-music-publishers-since-2005/>
- Guardian Staff and Agencies. (2024). Taylor Swift: Singapore Prime Minister Defends Deal to Secure Exclusive Access to Eras Tour. *Guardian*. <https://www.theguardian.com/music/2024/mar/05/taylor-swift-singapore-exclusive-southeast-asia-eras-tour-deal>
- Hesmondhalgh, D. (2008). Cultural and Creative Industries. In T. Bennett & J. Frow (Eds.), *The SAGE Handbook of Cultural Analysis* (pp. 552–569). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781848608443.n27>
- Ho, L. W. K., & Bampenyau, R. (2023). The Forging of a “Singapore Sound” in Saxophone Compositions of Zechariah Goh. *Harmonia: Journal of Arts Research and Education*, 23(1), 1–13. <https://doi.org/10.15294/harmonia.v23i1.41647>
- Ho, P. S. K., & Chong, S. N. Y. (2010). The talent development of a musically gifted adolescent in Singapore. *International Journal of Music Education*, 28(1), 47–60. <https://doi.org/10.1177/0255761409351350>
- Hogan, M. (2017). How Countries Around the World Fund Music—and Why It Matters. *Pitchfork*. <https://pitchfork.com/features/article/how-countries-around-the-world-fund-music-and-why-it-matters/>
- Holt, F. (2009). Innovation in Live Music: Production Trends in a New Economy. *Creativity, Innovation, and Labour in Music*, 1–9.

- Homan, S., Cloonan, M., & Cattermole, J. (2016). *Popular Music Industries and the State: Policy Notes* (1st ed.). Routledge.
- International Federation of the Phonographic Industry (IFPI). (2023). *Global Music Report 2023*.
- Ishii, Y. (2018). The roles played by a common language and music education in modernization and nation-state building in Asia. *Espacio, Tiempo y Educación*, 5(2), 55–76. <https://doi.org/10.14516/ete.221>
- Jones, M. (2003). The Music Industry as Workplace: an Approach to Analysis. In A. Beck (Ed.), *Cultural Work: Understanding the Cultural Industries* (1st ed., pp. 147–156). Routledge.
- Kiresci, A. (2023). The impact of innovative technologies on small players in the recorded music sector: a chronological overview. *Creative Industries Journal*, 16(1), 96–111. <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1939545>
- Kong, L. (1996). Popular Music in Singapore: Exploring Local Cultures, Global Resources, and Regional Identities. *Environment and Planning D: Society and Space*, 14(3), 273–292. <https://doi.org/10.1068/d140273>
- Kong, L. (1999). The invention of heritage: popular music in Singapore. *Asian Studies Review*, 23(1), 1–25. <https://doi.org/10.1080/10357829908713218>
- Kong, L. (2006). Music and moral geographies: Constructions of “nation” and identity in Singapore. *GeoJournal*, 65(1–2), 103–111. <https://doi.org/10.1007/s10708-006-0013-1>
- Kumar, M. (1976). *Theoretical Aspects of International Politics*. Shiva Lal Agarwala & Company.
- Lao News Agency. (2024). Musical exchange strengthens Lao- Singapore diplomatic relations. *Lao News Agency*. <https://kpl.gov.la/detail.aspx?id=81585>
- Ling, L. Y. (2022). *Singapore as an Ideal Hub for the Music Industry’s Activities and Operations*. Singapore Ministry of Culture, Community and Youth. <https://www.mccy.gov.sg/about-us/news-and-resources/speeches/2022/nov/singapore-as-an-ideal-hub-for-the-music-industrys-activities-and-operations>
- Magramo, K. (2024). Singapore Defends Taylor Swift’s Exclusive Southeast Asia Stop after Neighbors Cry Foul. *CNN*. <https://edition.cnn.com/2024/03/05/asia/singapore-taylor-swift-southeast-asia-intl-hnk/index.html#:~:text=Swift is playing six%2C sold,by an economist at Maybank.>

- Margolis, E. (2021). Cool Japan Campaign at a Crossroads 10 Years after Setting Sights Abroad. *The Japan Times*.
<https://www.japantimes.co.jp/culture/2021/05/31/general/cool-japan-success/#:~:text=Cool Japan initiatives sprung up,for Japanese products and services.>
- Ming, L. C. (2024). Taylor Swift's concerts expected to boost Singapore's GDP as economists upgrade growth forecast: Report. *Channel News Asia*.
<https://www.channelnewsasia.com/singapore/taylor-swift-concerts-boost-singapore-economy-gdp-growth-forecast-4186226>
- Mohanty, B. (2010). *International Relations: New Horizons and Changing Equations*. Atlantic Publishers.
- Naaz, F. (2012). Role of National Interest. In R. Basu (Ed.), *International Politics: Concepts, Theories and Issues* (pp. 52–70). SAGE Publications India Pvt Ltd.
<https://doi.org/10.4135/9788132113997>
- National Arts Council Singapore. (2023). *Our SG Arts Plan (2023-2027)*.
- Ng, G. (2017). Wormrot become First Singapore band to Perform at Famous Glastonbury Festival. *The Strait Times*.
<https://www.straitstimes.com/lifestyle/entertainment/wormrot-become-first-singapore-band-to-perform-at-famous-glastonbury>
- Ng, H. H. (2018). Enabling Popular Music Teaching in the Secondary Classroom – Singapore Teachers' Perspectives. *British Journal of Music Education*, 35(3), 301–319.
<https://doi.org/10.1017/S0265051717000274>
- Ng, H. H. (2020). Towards a synthesis of formal, non-formal and informal pedagogies in popular music learning. *Research Studies in Music Education*, 42(1), 56–76.
<https://doi.org/10.1177/1321103X18774345>
- Noyes, E., Parise, S., & Allen, I. E. (2010). *Music to Our Ears: New Market Creation and Creative Influences in the Popular Music Industry* (No. 77).
<http://digitalknowledge.babson.edu/bfrfw77>
- Nye, J. S. (1990). Soft Power. *Foreign Policy*, 80, 153. <https://doi.org/10.2307/1148580>
- Nye, J. S. (2008). *Understanding International Conflicts: An Introduction to Theory and History* (7th ed.). Longman.
- Okoeguale, A. (2022). Nature of Nigerian Creative Economy: A Review of the Nigerian Film and Music Industry. *Journal of African Films and Diaspora Studies*, 5(4), 77–99.
<https://doi.org/10.31920/2516-2713/2022/5n4a4>

- Paine, A. (2023). UK Recorded Music Revenue up 5% to £1.3 Billion in 2022. *MusicWeek*. <https://www.musicweek.com/labels/read/uk-recorded-music-revenue-up-5-to-1-3-billion-in-2022/087557#:~:text=The BPI has revealed that,968.6 million reported in 2017.>
- Pekanan, T. (2024). Singapore Says Swift Is Mine, Upsetting Its Neighbors. *The Diplomat*. <https://thediplomat.com/2024/03/singapore-says-swift-is-mine-upsetting-its-neighbors/>
- PRS for Music. (2017, April 24). Government Targets Chinese Music Industry in New Mission. *PRS for Music*. <https://www.prsformusic.com/m-magazine/news/government-targets-chinese-music-industry>
- Quarneti, F. (2023). German Music Industry Achieves Record-Breaking \$2B Euro Revenue Milestone After 20 Years. *Benzinga*. <https://www.benzinga.com/general/entertainment/23/03/31198030/german-music-industry-achieves-record-breaking-2b-euro-revenue-milestone-after-20-years>
- Reekie, E.-J. (2019). Popular Music and the State: The British Honours System and its Treatment of Popular Musicians. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 4(2), 1–13. <https://doi.org/10.20897/jcasc/6356>
- Revindo, M. D., Siregar, C. H., & Yuliana, T. (2024). *Dampak Ekonomi Penyelenggaraan Pertunjukan Musik: Konser Taylor Swift dan Coldplay di Indonesia dan Singapura*.
- Rim, M., Park, E., & Lim, H.-S. (2020). A Study of Singapore Music Teacher Training System. *Korean Music Education Society*, 49(2), 197–217. <https://doi.org/10.30775/KMES.49.2.197>
- Rosmin, A. (2023). *A Deep Dive into Singapore's Music Scene: From Taylor Swift to Local Bands*. 99.Co. <https://www.99.co/singapore/insider/a-deep-dive-into-singapores-music-scene-from-taylor-swift-to-local-bands/>
- Ross, A. (2007). Nice Work if You Can Get It: The Mercurial Career of Creative Industries Policy. In G. Lovink & N. Rossiter (Eds.), *MyCreativity Reader: A Critique of Creative Industries* (1st ed., pp. 17–40). Institute of Network Cultures.
- Shofa, J. N. (2024). Thirst for “Swiftnomics”: Indonesia Eyes Partnering with Singapore on Concerts. *Jakarta Globe*. <https://jakartaglobe.id/lifestyle/thirst-for-swiftnomics-indonesia-eyes-partnering-with-singapore-on-concerts>
- Sing, T. P. (2018). *Producing Pop in Singapore: Caught between the Local and the Global*. National University of Singapore.

ANNEX C – Music Sector Plan.

- Singapore Ministry of Culture Community and Youth. (2024). *Benefits of attracting marquee acts to Singapore and how they can be more accessible*. Singapore Ministry of Culture Community and Youth. <https://www.mccy.gov.sg/about-us/news-and-resources/parliamentary-matters/2024/Mar/Benefits-of-attracting-marquee-acts>
- Statista. (2023a). *Music Events - China*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/event-tickets/music-events/china>
- Statista. (2023b). *Music Events - Germany*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/event-tickets/music-events/germany>
- Statista. (2023c). *Music Events - Japan*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/event-tickets/music-events/japan>
- Statista. (2023d). *Music Events - United Kingdom*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/event-tickets/music-events/united-kingdom>
- Statista. (2023e). *Music Events - United States*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/event-tickets/music-events/united-states>
- Statista. (2023f). *Total Government Funding for Arts and Cultural Events in Singapore from 2012 to 2021*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/1103689/singapore-government-funding-for-arts-and-cultural-events/>
- Tan, A. (2024). Beyond a Swift Lift to Singapore's Q1 Economy, Taylor's Concerts can Deliver Long-Term Dividends. *The Strait Times*. <https://www.straitstimes.com/singapore/beyond-a-swift-lift-to-singapore-s-q1-economy-taylor-s-concerts-can-deliver-long-term-dividends>
- Tan, B. (2024). Economic Benefits from STB Grant to Taylor Swift 'Significant', Outweigh Amount Distributed: Edwin Tong. *The Business Times*. <https://www.businesstimes.com.sg/singapore/economy-policy/economic-benefits-from-stb-grant-to-taylor-swift-significant-outweigh-amount-distributed-edwin-tong>
- Taylor Swift - The Eras Tour. (2024). *Taylor Swift - The Eras Tour Show (Singapore)*. Taylor Swift - The Eras Tour. <https://tstheerastour.taylorswift.com/>
- The International Trade Administration. (2023). *Japan Music Market*. U.S. Department of Commerce. <https://www.trade.gov/market-intelligence/japan-music-market>

- The Recording Industry Association of America (RIIA). (n.d.). *U.S. Music Revenue Database*. The Recording Industry Association of America (RIIA). Retrieved March 27, 2024, from <https://www.riaa.com/u-s-sales-database/>
- Tim detikcom. (2024). Indonesia Tak Kebagian Konser Taylor Swift Bikin Luhut Angkat Bicara. *DetikNews*. <https://news.detik.com/berita/d-7233145/indonesia-tak-kebagian-konser-taylor-swift-bikin-luhut-angkat-bicara>
- Topshelf Records. (n.d.). *Topshelf Records Artists*. Topshelf Records. Retrieved March 26, 2024, from <https://topshelfrecords.bandcamp.com/artists>
- Travel Weekly Asia. (2024). Move aside Taylor Swift, Bangkok is bringing in the music festivals. *Travel Weekly Asia*. <https://www.travelweekly-asia.com/Travel-News/Trade-Shows-and-Events/Move-aside-Taylor-Swift-Bangkok-is-bringing-in-the-music-festivals>
- Trust, G. (2024). Taylor Swift's 50 Biggest Billboard Hot 100 Hits. *Billboard*. <https://www.billboard.com/lists/top-taylor-swift-songs-top-100-hits/sparks-fly-3/>
- Wells, A., & Wah, L. C. (1995). Music Culture in Singapore: Record Companies, Retailers and Performers. *Media Asia*, 22(1), 34–40. <https://doi.org/10.1080/01296612.1995.11726462>
- Wikström, P. (2009). *The Music Industry: Music in the Cloud*. Cambridge. <https://doi.org/978-0-7456-4389-2>
- Zakiah, S. (2024). Pemerintah Indonesia Bakal Belajar dari Konser Taylor Swift di Singapura. *Metro TV News*. <https://www.metrotvnews.com/play/NxGCzso0-pemerintah-indonesia-bakal-belajar-dari-konser-taylor-swift-di-singapura>
- Zhang, M., & Xiao, Z. (2023). Platform-mediated live musical performance in China: New social practices and urban cultural spaces. *Geoforum*, 140, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2023.103723>