

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

F1 Singapore Grand Prix telah lama dikenal sebagai salah satu ajang olahraga paling bergengsi yang diselenggarakan di Singapura, namun penelitian ini menunjukkan bahwa penyelenggaraannya berfungsi melampaui sekadar kompetisi olahraga. Berdasarkan hasil analisis yang telah dipaparkan, Singapura menjalankan strategi diplomasi publik yang terencana melalui penyelenggaraan F1 Singapore Grand Prix 2023 dan 2024 sebagai instrumen untuk menarik kunjungan wisatawan asing. Strategi tersebut dijalankan melalui dua aspek diplomasi publik dalam kerangka Nicholas J. Cull yaitu *cultural diplomacy* dan *international broadcasting* yang keduanya saling melengkapi dalam menjangkau audiens yang berbeda.

Melalui aspek *cultural diplomacy*, Singapura memanfaatkan rangkaian program Grand Prix Season Singapore sebagai sarana untuk memperkenalkan identitas budaya, warisan sejarah, dan keberagaman etnis kota kepada wisatawan asing yang hadir langsung selama pekan balapan. Program yang diselenggarakan di berbagai kawasan kota, khususnya di kawasan bersejarah Kampong Gelam, tidak dirancang semata-mata sebagai hiburan pendamping balapan melainkan sebagai pengalaman yang memberi wisatawan asing pemahaman lebih dalam tentang identitas Singapura

sebagai kota yang beragam secara budaya. Pendekatan ini berkontribusi pada penguatan citra Singapura sebagai destinasi yang menawarkan pengalaman beragam dan berkualitas.

Melalui aspek *international broadcasting*, Singapura memperluas eksposur internasionalnya dengan memanfaatkan berbagai saluran media yang jangkauannya melampaui batas wilayah negara. Siaran langsung Formula 1 yang menjangkau ratusan juta penonton menampilkan visual kota Singapura secara berulang dalam setiap sesi balapan sehingga berkontribusi pada penguatan citra Singapura yang modern, dinamis, dan berkelas internasional di benak masyarakat internasional. Kerja sama dengan Netflix melalui *series* Drive to Survive memperluas jangkauan ini kepada segmen audiens yang lebih luas. Selain itu, platform digital resmi seperti @f1nightrace dan @visit_singapore menjalankan fungsi sebagai ruang komunikasi yang sepenuhnya dirancang dan dikendalikan sendiri oleh pihak Singapura untuk memproyeksikan daya tarik negaranya dan pengalaman yang ditawarkan F1 Singapore Grand Prix kepada audiens internasional. Pola respons audiens pada kolom komentar akun tersebut, yang mencakup penilaian positif terhadap visual kota dan sirkuit, ungkapan ketertarikan terhadap Singapura sebagai destinasi, hingga pernyataan niat perjalanan yang konkret dari audiens lintas negara, mengindikasikan bahwa pesan yang disampaikan melalui *international broadcasting* diterima secara positif dan turut berkontribusi dalam mendorong audiens dari tahap ketertarikan menuju niat perjalanan yang lebih nyata. Keseluruhan upaya *international broadcasting* ini secara bersama-sama berkontribusi pada peningkatan kesadaran dan daya tarik Singapura sebagai destinasi wisata di benak

Naula Khairunisa, 2026

**DIPLOMASI PUBLIK SINGAPURA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN ASING
MELALUI PENYELENGGARAAN F1 SINGAPORE GRAND PRIX 2023-2024**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Hubungan Internasional
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

masyarakat internasional, sehingga memperbesar peluang Singapura untuk dipertimbangkan sebagai destinasi kunjungan oleh calon wisatawan yang sebelumnya belum memiliki pengenalan yang cukup terhadap negara ini.

Kontribusi strategi diplomasi publik tersebut turut didukung oleh indikasi pada perkembangan aktivitas pariwisata Singapura selama periode penyelenggaraan F1 Singapore Grand Prix 2023 dan 2024. Jumlah kunjungan wisatawan asing pada bulan September yang merupakan bulan penyelenggaraan F1 tidak menunjukkan lonjakan tertinggi sepanjang tahun. Angka kunjungan pada bulan tersebut justru berada di bawah angka kunjungan bulan Juli dan Agustus pada tahun yang sama. Meski demikian, tarif kamar hotel rata-rata justru mencapai titik tertinggi sepanjang tahun tepat pada bulan penyelenggaraan balapan, baik pada 2023 maupun 2024. Pola ini terlihat paling tajam pada segmen hotel kelas atas. Pola ini diperkuat oleh data transaksi pembayaran Visa pada pekan penyelenggaraan F1 Singapore Grand Prix 2024. Data tersebut mencatat peningkatan jumlah wisatawan asing lebih dari 20 persen dan total pembelanjaan lebih dari 30 persen dibandingkan rata-rata mingguan biasa dalam 12 bulan sebelumnya. Lonjakan yang jauh lebih besar tercatat pada segmen wisatawan berpenghasilan tinggi, yaitu lebih dari 70 persen baik dari sisi jumlah maupun belanja. Indikasi serupa turut terlihat pada data platform pemesanan perjalanan digital yang mencatat kenaikan volume pemesanan sebesar 60 persen dan pemesanan penerbangan hampir 90 persen dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Perlu dicatat bahwa data Visa dan data pemesanan digital ini yang tersedia secara publik hanya mencakup penyelenggaraan tahun 2024, karena publikasi serupa untuk tahun 2023 tidak

Naula Khairunisa, 2026

***DIPLOMASI PUBLIK SINGAPURA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN ASING
MELALUI PENYELENGGARAAN F1 SINGAPORE GRAND PRIX 2023-2024***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Hubungan Internasional
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

ditemukan pada saat penelitian ini dilakukan. Konsistensi pola tersebut, ditambah dengan pernyataan resmi Singapore Tourism Board yang menempatkan F1 Singapore Grand Prix sebagai salah satu pendorong pertumbuhan kunjungan dan pengeluaran wisatawan sepanjang tahun, memberikan dukungan empiris bahwa penyelenggaraan ajang ini turut berkontribusi dalam peningkatan aktivitas pariwisata Singapura. Meski demikian, data tersebut tidak dapat digunakan untuk menyatakan adanya hubungan sebab-akibat yang langsung antara diplomasi publik Singapura dengan peningkatan kunjungan wisatawan asing. Aktivitas pariwisata Singapura turut dipengaruhi oleh berbagai faktor lain di luar penyelenggaraan F1 Singapore Grand Prix.

Secara keseluruhan, kedua aspek ini membentuk pendekatan yang saling melengkapi. *Cultural diplomacy* melalui GPSS membangun pemahaman mengenai budaya dan identitas Singapura bagi wisatawan asing yang hadir langsung, sementara *international broadcasting* melalui siaran global, platform streaming, dan media sosial resmi memperluas jangkauan citra Singapura kepada audiens internasional yang jauh lebih besar. Hal ini menunjukkan bahwa Singapura tidak menempatkan F1 Singapore Grand Prix semata-mata sebagai agenda olahraga atau sumber pendapatan pariwisata jangka pendek, melainkan sebagai instrumen diplomasi publik yang secara strategis dimanfaatkan untuk memperkuat eksposur dan daya tarik Singapura di mata masyarakat internasional serta mendukung upaya jangka panjang dalam menarik kunjungan wisatawan asing.

Meskipun strategi diplomasi publik yang dijalankan Singapura melalui F1 Singapore Grand Prix berkontribusi pada pembentukan persepsi positif dan peningkatan eksposur Singapura sebagai destinasi wisata di tingkat internasional, keputusan wisatawan untuk berkunjung ke suatu negara tetap dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berada di luar cakupan diplomasi publik. Yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah bahwa Singapura telah menggunakan F1 Singapore Grand Prix sebagai platform yang memperkuat dan mendukung upayanya dalam menarik kunjungan wisatawan asing melalui pendekatan *cultural diplomacy* dan *international broadcasting* yang terencana dan berkelanjutan. Hal ini tercermin secara konsisten baik pada persepsi audiens internasional maupun pada pola aktivitas pariwisata selama periode penyelenggaraan.

6.2 Saran

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Kampong Gelam menjadi kawasan yang paling menonjol dalam menyampaikan warisan budaya dan identitas historis Singapura kepada wisatawan asing selama pekan balapan. STB dapat mempertimbangkan untuk memperluas pendekatan yang telah dijalankan di Kampong Gelam dengan mengidentifikasi kawasan-kawasan lain dalam GPSS yang juga memiliki lapisan sejarah dan identitas komunitas yang kuat. Dengan demikian, pengalaman pengenalan budaya Singapura dapat dirasakan di lebih banyak titik dalam kota. Di samping itu, STB dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan mekanisme evaluasi yang lebih sistematis, misalnya melalui survei kepada wisatawan

yang hadir langsung. Hal ini guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang dampak program GPSS terhadap persepsi wisatawan dan menjadi dasar pengembangan program serupa ke depannya.

Dalam konteks *international broadcasting*, STB dapat mempertimbangkan untuk menjalin kerja sama yang lebih aktif bersama kreator konten dan tokoh internasional yang memiliki basis audiens internasional. Hal ini dapat memperbesar eksposur Singapura kepada segmen audiens yang tidak terjangkau melalui siaran resmi Formula 1 maupun konten digital yang dikelola langsung oleh STB.

Bagi penelitian selanjutnya, ketiga aspek diplomasi publik Cull yang belum dianalisis dalam penelitian ini, yaitu *listening*, *advocacy*, dan *exchange diplomacy*, dapat dieksplorasi lebih lanjut melalui metode survei kepada wisatawan yang hadir langsung atau pendekatan kepada narasumber dari pihak-pihak yang terlibat dalam penyelenggaraan. Dengan demikian, gambaran tentang strategi diplomasi publik Singapura melalui F1 Singapore Grand Prix dapat menjadi lebih komprehensif.