

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR SINGKATAN	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GRAFIK	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tinjauan Pustaka	11
D. Kerangka Pemikiran	16
1. Teori Soft Power	16
2. Teori <i>Entertainment Diplomacy</i>	17
3. Teori Nation Branding	18
E. Hipotesa	22
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	23
1. Tujuan Penelitian.....	23
2. Manfaat Teoritis	23
3. Manfaat Praktis	24
G. Metode Penelitian	24
1. Jenis Penelitian.....	25
2. Ruang Lingkup Objek.....	25
3. Subjek Penelitian.....	26
4. Waktu Penelitian	26
5. Sumber Data	27
6. Teknik Pengumpulan Data.....	27
H. Sistematika Penulisan	28
BAB II	30

A. Kebijakan Umum Mengenai Hiburan di Singapura.....	30
1. <i>Public Entertainment And Meetings Act (PEMA)</i>	32
2. <i>Building Control Act</i>	33
3. <i>Broadcasting Act 1994</i>	34
4. <i>Singapore Tourism Board Act 1963</i>	35
5. <i>Public Sector (Governance) Act 2018</i>	36
6. <i>Double Taxation Agreement</i>	37
B. Pola Entertainment Diplomacy Singapura.....	38
1. Pelaksanaan Program Pembangunan Infrastruktur Hiburan dan Pariwisata yang Memadai.....	39
2. Pelaksanaan Program Kebijakan Melalui Acara Internasional.....	41
3. Pelaksanaan Program Kebijakan dalam Akses dan Integrasi pada Media Internasional.....	42
4. Pelaksanaan Program Kebijakan melalui Kampanye Pemasaran Hiburan	44
5. Pelaksanaan Kebijakan melalui Kemitraan Antarnegara dan Regionalisasi Pariwisata.....	45
6. Pelaksanaan Kebijakan Hibah Ekonomi, Investasi Pemerintah, dan Insentif..	47
7. Kemitraan dan Kolaborasi dengan Event Organizer Internasional	48
BAB III.....	52
A. Evolusi Kebijakan Pemerintah Singapura dalam Sektor Hiburan Era Pandemi COVID-19	52
1. Amendemen Kebijakan <i>Singapore Tourism Board Act 1963</i>	53
2. Amandemen Kebijakan <i>Public Entertainments and Meetings Act (PEMA)</i>	54
3. <i>Protection from Online Falsehoods and Manipulation Act (POFMA) 2019</i> ...55	
B. Konser <i>The Eras Tour</i>	57
C. Strategi Pemerintah Singapura melalui Penyelenggaraan Konser sebagai Upaya Pemulihan Pandemi COVID-19	62
1. Pariwisata.....	64
2. Ekspor Merek	67
3. Kebijakan.....	71
4. Investasi.....	73
5. Budaya.....	75
6. Masyarakat	78
D. Dampak Konser <i>The Eras Tour</i>	82
BAB IV	86

DAFTAR PUSTAKA..... 1