

BAB II

TAYLOR SWIFT, SWIFTIES, DAN FENOMENA *THE ERAS TOUR*

2.1 Taylor Swift sebagai Komoditas Kreatif

Taylor Swift merupakan seorang musisi asal Amerika Serikat yang telah mendapat penghargaan Grammy (*Grammy Awards*) sebanyak 14 kali¹ dengan penjualan album tertingginya ‘1989’ sebesar 14.332.116 pembelian diseluruh dunia.² Ia memenangkan 4 Grammy Awards yang masuk ke dalam kategori “*album of the year*” untuk album Swift yang berjudul ‘*fearless*’ (2010), ‘1989’ (2016), ‘*folklore*’ (2021), dan ‘*Midnights*’ (2024).³ Tidak hanya itu, dia juga memenangkan grammy dalam beberapa kategori seperti: “*best country album*”, “*best country song*”, “*best female country vocal performance*”, “*best country solo performance*”, “*best song written for visual media*”, “*best music video*”, dan “*best pop vocal album*”.

Swift memiliki 282 juta followers di Instagram-nya dan menjadi artis pertama yang paling banyak didengar di aplikasi Spotify yaitu sebanyak 108,9 miliar per tanggal 17 September 2025.⁴ *Streaming* musik sendiri merupakan salah satu cara mendengarkan musik yang paling banyak digunakan secara global di masa kini dan menyumbang sekitar 69% dari penjualan musik di seluruh dunia.⁵ Spotify merupakan aplikasi *streaming* musik

¹ “Taylor Swift: Grammy Awards,” GRAMMY, accessed June 20, 2025, <https://www.grammy.com/artists/taylor-swift/15450>.

² Paul Reidy and maite Knorr-evans, “What Is Taylor Swift’s Best-Selling Album?,” AS USA, 2024, <https://en.as.com/entertainment/what-is-taylor-swifts-best-selling-album-n-3/>.

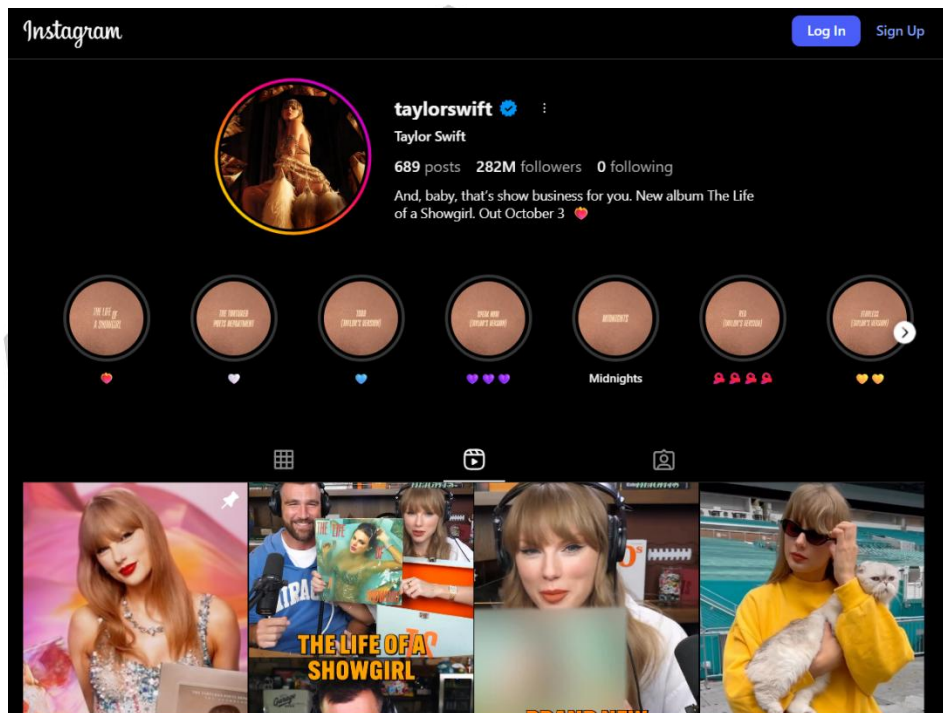
³ Samantha Olson, “How Many Grammys Has Taylor Swift Won?,” *Cosmopolitan*, 2025, <https://www.cosmopolitan.com/entertainment/music/a62840222/taylor-swift-grammy-wins/>.

⁴ HT US Desk, “Most-Streamed US Musician: How Taylor Swift Overtook Bad Bunny, Drake and More,” Hindustan Times, 2025, <https://www.hindustantimes.com/entertainment/music/moststreamed-us-musician-how-taylor-swift-overtook-bad-bunny-drake-and-more-101758287542349.html>.

⁵ Ibid.

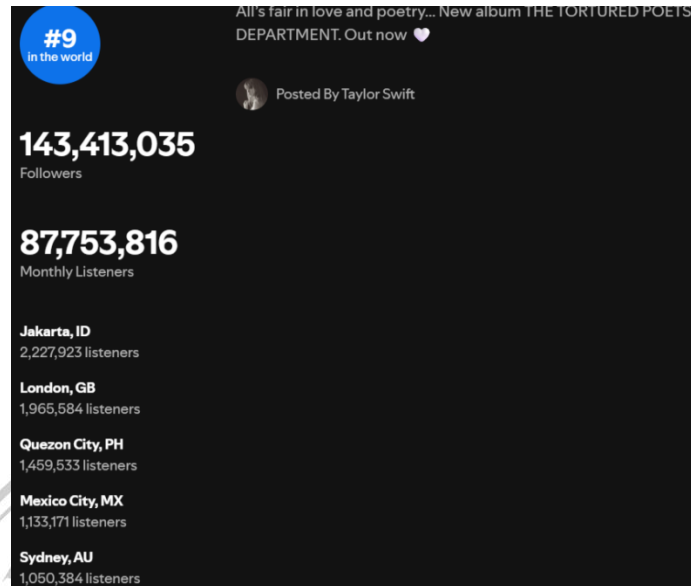
yang menguasai paling besar hingga dapat menguasai pasar tersebut, sehingga untuk menjadi artis top Spotify menandakan bahwa lagu-lagu dan popularitas Swift sangat besar dan mendunia.

Gambar 2. 1 Tangkapan layar profil instagram Taylor Swift pada 25 September 2025. Taylor Swift berada di urutan ke-14 terhadap top 20 akun instagram yang paling banyak memiliki pengikut.



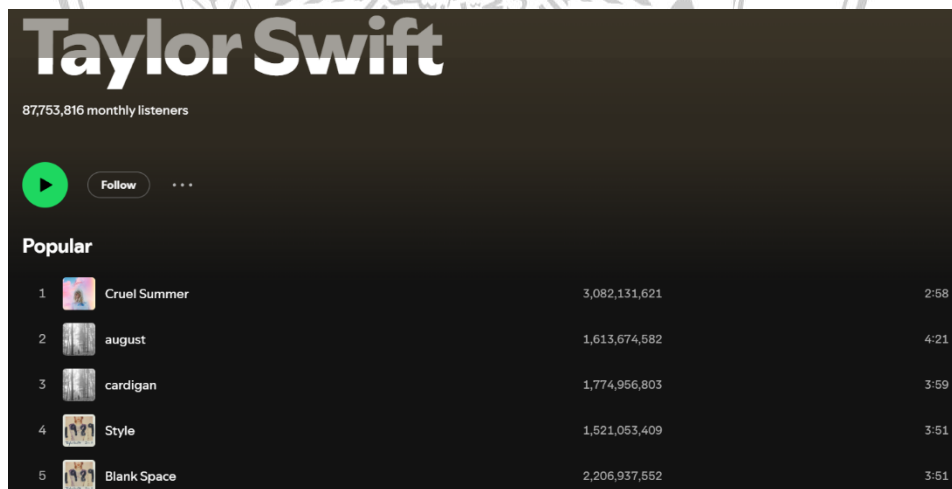
Sumber: <https://www.instagram.com/taylorswift/?hl=id> & <https://www.brandwatch.com/blog/top-most-instagram-followers/>

Gambar 2. 2 Tangkapan layar profil Spotify Taylor Swift pada 25 September 2025 yang menunjukkan banyaknya pengikut secara keseluruhan dan dari berbagai negara, serta jumlah pendengar tiap bulannya.



Sumber: <https://open.spotify.com/artist/06HL4z0CvFAxyc27GXpf02>

Gambar 2. 3 Tangkapan layar profil utama Spotify Taylor Swift pada 25 September 2025. Taylor Swift menjadi musisi dari Amerika Serikat yang paling banyak didengar mengalahkan Bad Bunny dan Drake.



Sumber: <https://open.spotify.com/artist/06HL4z0CvFAxyc27GXpf02> & <https://www.hindustantimes.com/entertainment/music/moststreamed-us-musician-how-taylor-swift-overtook-bad-bunny-drake-and-more-101758287542349.html>

Dapat dilihat dari gambar 2.2 bahwa Swift memiliki 143 juta pengikut dari seluruh dunia dan 87 juta pendengar setiap bulannya, dengan pendengar dari Indonesia sebanyak 2,2 juta, diikuti negara-negara lain seperti Australia, Inggris, dan Brazil. Pada gambar 2.3 juga menampilkan rata-rata pendengar Swift di tiap-tiap lagu top nya, seperti lagu ‘Cruel Summer’ yang mencapai 3 miliar. Kesuksesan Swift juga ditandai dengan menjadi artis yang mendapatkan penghargaan *Billboard Music Awards* terbanyak dalam sejarah dimana Ia meraih rekor kemenangan sebanyak 49 penghargaan.⁶ Ditambah dengan 4 penghargaan grammy yang Swift terima dibawah kategori ‘*album of the year*’ menjadikannya artis yang paling banyak memenangkan penghargaan dalam kategori tersebut, mengalahkan beberapa musisi terkenal lainnya seperti Frank Sinatra, Stevie Wonder, dan Paul Simon yang ketiganya mendapatkan 3 penghargaan.⁷

Swift juga mendapat penghargaan paling banyak dari *American Music Awards* sebanyak 40 kemenangan⁸ dan artis yang paling banyak dalam memenangkan penghargaan *MTV Video Music Awards* dengan 30 kemenangan, mengalahkan Beyonce yang memenangkan penghargaan tersebut sebanyak 26 kali sebagai solo artis.⁹ Ia juga dinobatkan sebagai *Global Recording Artist of the Years* oleh *International Federation of The Phonographic Industry* kelimanya di tahun 2024 setelah sebelumnya memenangkan

⁶ Adinda Jasmine Prasetyo, “Taylor Swift Becomes the First Woman to Earn 7 Album of the Year Grammy Nominations,” *Tempo English*, 2024, <https://en.tempo.co/read/1939380/taylor-swift-becomes-the-first-woman-to-earn-7-album-of-the-year-grammy-nominations>.

⁷ Ibid.

⁸ Paul Grein, “Snubs & Suprises at 2025 American Music Awards,” *Billboard*, 2025, <https://www.billboard.com/lists/2025-snubs-surprises-taylor-swift/snub-taylor-swift-3/>.

⁹ Thania Garcia, “Taylor Swift Beats Beyoncé’s Record for Most Solo MTV VMA Wins,” *Variety*, 2024, <https://variety.com/2024/music/news/taylor-swift-beyonce-record-mtv-video-music-award-most-wins-1236141841/>.

penghargaan tersebut 3 tahun berturut-turut, menjadikannya artis pertama yang dapat meraih pencapaian tersebut lebih banyak dari artis lainnya.¹⁰

2.2 Swifties sebagai *Economic Force* dan Hegemoni *Pop-Culture* Taylor Swift

Taylor Swift bukan hanya sekadar seorang penyanyi atau penulis lagu; Ia merupakan fenomena budaya pop yang menghasilkan dampak ekonomi dan sosial yang luas. Meski media sering menggambarkan Swift sebagai individu yang mampu “menggerakkan ekonomi global” secara mandiri, studi oleh Heggeness, mantan kepala ekonom dan penasihat senior Biro Sensus Amerika Serikat sekaligus profesor di University of Kansas, menunjukkan bahwa kekuatan ekonomi yang sebenarnya berasal dari penggemarnya, yang dikenal sebagai Swifties. Heggeness menekankan bahwa Swifties merupakan sebuah *economic force* melainkan sebuah kekuatan ekonomi yang signifikan yang mampu memengaruhi pertumbuhan ekonomi lokal, sektor pariwisata, serta industri hiburan di berbagai negara tempat Swift tampil. Fenomena ini membuktikan bahwa pengaruh ekonomi seorang artis tidak berdiri sendiri, melainkan muncul dari interaksi kompleks antara artis dan komunitas penggemarnya.

Peningkatan *economic independence* atau kebebasan ekonomi perempuan turut menjadi faktor pendorong ekspansi Swifties di Amerika Serikat. Generasi milenial perempuan, yang semakin memiliki daya beli dan kontrol atas keuangan pribadi, menjadi basis utama komunitas Swifties. Pergeseran struktur ekonomi ini secara langsung berkontribusi pada penyebaran Swifties, dan sekaligus meningkatkan ekonomi lokal di

¹⁰ Lars Brandle, “Taylor Swift Sweeps IFPI’s Year-End Lists,” *Billboard*, 2025, <https://www.billboard.com/music/music-news/taylor-swift-ifpi-global-recording-artist-record-fifth-time-1235902510/>.

kota-kota yang dikunjungi Swift selama The Eras Tour.¹¹ Loyalitas fans terhadap artisnya menimbulkan pola konsumsi yang berulang, baik dalam bentuk pembelian merchandise, tiket konser, maupun perjalanan untuk menghadiri pertunjukan, sehingga Swifties secara nyata menjadi penggerak ekonomi lokal.

Menurut Heggeness, lagu-lagu Taylor Swift bukan sekadar hiburan, tetapi juga media refleksi pengalaman hidup para Swifties. Lagu seperti “*The Man*” membahas perjuangan perempuan ambisius dalam sistem patriarki, sementara *Mad Woman* menyoroti ketidakadilan gender dari perspektif perempuan.¹² Lagu-lagu tersebut bersifat memberdayakan dan menguatkan identitas para penggemar perempuan, sekaligus menciptakan keterikatan emosional yang kuat antara artis dan fans. Dengan strategi ini, Swift mampu memosisikan dirinya sebagai bagian dari komunitas Swifties, memahami aspirasi mereka, serta memfasilitasi perasaan kemandirian dan kepemilikan dalam kehidupan finansial dan sosial mereka. Fenomena ini kemudian disebut Heggeness sebagai “*Swiftynomics*”, istilah yang menggambarkan bagaimana keterlibatan emosional penggemar diterjemahkan menjadi kekuatan ekonomi nyata.

Dampak ekonomi The Eras Tour telah menjadi bukti konkret dari fenomena ini. Menurut laporan CBS News, Bank Sentral Federal Philadelphia menyatakan bahwa tur konser Taylor Swift berkontribusi signifikan terhadap pendapatan sektor perjalanan dan pariwisata di daerah mereka.¹³ Kota-kota lain di Amerika Serikat melaporkan hal serupa. Data dari perusahaan riset pasar QuestionPro memperkirakan bahwa tur global ini dapat

¹¹ Misty. L Heggeness, “Taylor Swift Isn’t the Economic Force. It’s Her Fans,” TIME, 2024, <https://time.com/6968040/taylor-swift-swifties-economic-force/>.

¹² Ibid.

¹³ Caitlin O’kane, “The Federal Reserve Says Taylor Swift’s Eras Tour Boosted the Economy. One Market Research Firm Estimates She Could Add \$5 Billion,” CBS News, 2023, <https://www.cbsnews.com/news/taylor-swift-eras-tour-boosted-economy-tourism-federal-reserve-how-much-money-made/>.

menambah **US\$5 miliar (±Rp81,2 triliun)** bagi perekonomian dunia. Contoh lain terlihat di Cincinnati, Ohio, di mana hotel-hotel pusat kota mencatat pendapatan kotor sekitar **US\$2,6 juta (±Rp42,2 miliar)** selama konser berlangsung. Julie Calvert, Presiden dan CEO Visit Cincy, menegaskan bahwa dampak ekonomi bukan hanya berasal dari artis, tetapi terutama dari penggemar Swift yang memiliki daya beli tinggi. Fenomena ini juga menunjukkan adanya *spillover effect*, yaitu efek ekonomi tambahan yang timbul akibat kegiatan penggemar, seperti konsumsi di restoran, transportasi, akomodasi, dan belanja lokal.

Untuk memahami karakteristik Swifties secara lebih mendalam, survey oleh Morning Consult terhadap 2.204 orang dewasa Amerika Serikat menemukan bahwa 53% mengidentifikasi diri sebagai Swifties.¹⁴ Data demografis menunjukkan bahwa mayoritas penggemar adalah perempuan kulit putih dari generasi milenial, tinggal di pinggiran kota, dengan penghasilan tahunan di bawah **US\$50.000 (±Rp812 juta)**. Meskipun penghasilan relatif sedang, fans tetap bersedia mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk menghadiri konser, membeli merchandise, dan mendukung kegiatan artis favorit mereka. Rata-rata pengeluaran per penggemar untuk konser *The Eras Tour* mencapai **US\$1.300 (±Rp21,1 juta)** menurut QuestionPro.¹⁵ Jaime Toplin, analis layanan keuangan Morning Consult, menekankan bahwa pengeluaran ini bukan semata karena kemampuan finansial tinggi, tetapi karena pengalaman konser dianggap sebagai kebutuhan emosional dan budaya yang penting.

¹⁴ Juliana Kaplan, "Who Is Typical Taylor Swift Fan: Swifties Are White Millennials," *Business Insider*, accessed July 2, 2025, <https://www.businessinsider.com/taylor-swift-swifties-white-millennial-suburban-democrat-50k-eras-tour-2023-11>.

¹⁵ Augusta Saraiva, "Taylor Swift's Eras Tour Is a Boon to Local Economies," *Fortune*, 2023, <https://fortune.com/2023/06/07/taylor-swift-eras-tour-chicago-hotel-booking/>.

Fenomena konser The Eras Tour juga memiliki dimensi sosial-budaya yang unik. BBC melaporkan bahwa fans menganggap pengalaman konser Swift sebagai sesuatu yang hampir religius.¹⁶ Konser bukan sekadar tontonan, melainkan ritual kolektif yang memperkuat identitas komunitas Swifties. Lagu-lagu dengan tema universal seperti patah hati, pengkhianatan, dan penyesalan membuat pengalaman konser terasa sangat personal bagi setiap penggemar. Simon Critchley, filsuf yang menulis tentang pengaruh musik, menyatakan bahwa konser Swift memberi pengalaman emosional yang mendalam, mirip seperti menghadiri tempat ibadah, memperkuat rasa kebersamaan dan solidaritas antar-fans.¹⁷

Menurut penelitian yang sama dari Morning Consult, 45% Swifties merupakan seorang milenial, diikuti dengan 23% merupakan baby boomer, dan 21% dari Gen X, dan hanya 11% berasal dari Gen Z. Survey ini hanya menyertakan warga Amerika yang berusia 18 tahun ke atas, besar kemungkinan bahwa fans dari Gen Z yang lebih muda tidak diikuti sertakan. Toplin berkata bahwa generasi milenial sedang berada di fase paling aktif dalam berbelanja karena mereka sudah memiliki pekerjaan, rumah, serta penghasilan yang dapat dibelanjakan. Tiktok sebagai sosial media juga memiliki peran yang signifikan terhadap bentuk tren budaya *Eras Tour*, dimulai dari *friendship bracelet* atau gelang persahabatan hingga outfit yang dikenakan dan dipamerkan untuk menonton konser tersebut. Salah satu dari peneliti menyatakan bahwa jika survey diadakan ulang, Ia yakin bahwa Swifties yang berasal dari Gen Z akan jauh lebih besar jumlahnya.

¹⁶ Thorp, “‘Her Fans Are Making Pilgrimages’: How Taylor Swift’s Eras Tour Became a near-Religious Experience.”

¹⁷ Saraiva, “Taylor Swift’s Eras Tour Is a Boon to Local Economies.”

Seluruh hal tersebut membentuk identitas dari komunitas Swifties sebagai fans, sehingga dapat juga menjadikan konser *Eras Tour* sebagai mega-event yang dapat menghasilkan keuntungan perekonomian secara masif. Seperti tiket yang sangat sulit untuk didapatkan sehingga para Swifties harus melalui ‘perang’ tiket dan rela membayar ribuan dolar terhadap situs-situs *resale*¹⁸. Tidak hanya itu, mereka juga rela terbang melintasi benua hanya untuk menonton konser Swift, dan mereka yang tidak dapat membeli tiket tetap datang dan berkumpul diluar stadion, seperti di Kota Munich dimana 40 ribu fans berkumpul di bukit dekat stadion dan bernyanyi bersama.¹⁹ Selain itu, terdapat ribuan penonton live-stream tidak resmi yang disiarkan oleh penonton-penonton langsung konser Swift.²⁰ Dapat disimpulkan bagaimana Swifties menjadi penggerak ekonomi negara melalui sebuah tur konser global sang artis melalui hal-hal tersebut.

2.3 Fenomena *The Eras Tour* dan Dampaknya terhadap Ekonomi Singapura

Dikutip dari Billboard, pada bulan Maret di acara iHeartRadio Music Awards 2025, *The Eras Tour* dinobatkan sebagai *Tour of The Century* atau Tur Abad-21 selama 75 tahun ke depan.²¹ iHeartRadio yang dimiliki iHeartMedia sendiri merupakan perusahaan radio terbesar di Amerika Serikat kerap mengadakan *Music Award* atau penghargaan musik

¹⁸ Joe Coscarelli, “How Taylor Swift Fans Got Each Other Eras Tour Tickets,” *The New York Times*, 2023, <https://www.nytimes.com/2023/03/16/arts/music/taylor-swift-eras-tour-tickets-fans.html>.

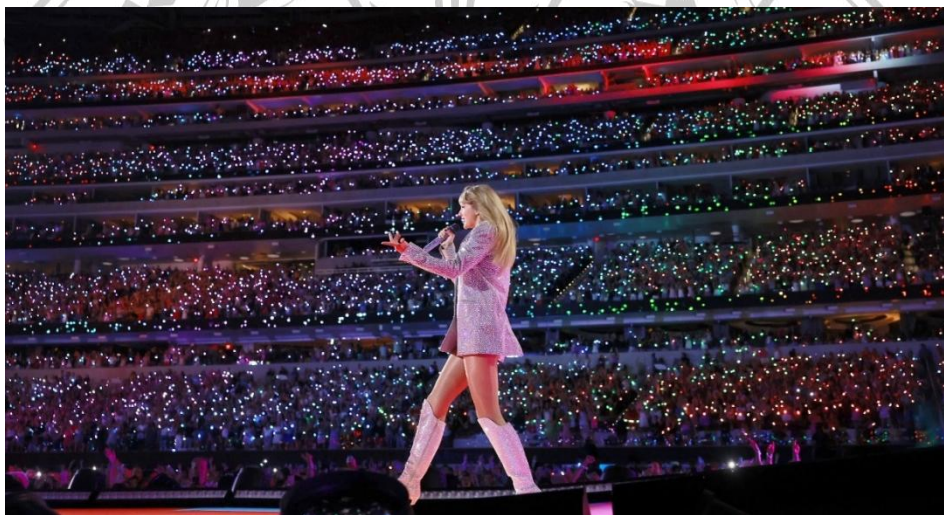
¹⁹ Lisa Leff, “American Taylor Swift Fans Head to Europe after Being Priced out of Eras Tour Tickets in the US,” *The Independent*, 2024, <https://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/taylor-swift-eras-tour-europe-tickets-b2541680.html>.

²⁰ Laura Snapes, “Wildest Streams! Inside the Fan-Powered Broadcasts of Taylor Swift’s Eras Tour,” *The Guardian*, 2024, <https://www.theguardian.com/music/article/2024/jun/19/wildest-streams-inside-the-fan-powered-broadcasts-of-taylor-swifts-eras-tour>.

²¹ Katie Atkinson, “Taylor Swift Wins Tour of the Century at IHeartRadio Music Awards,” *Billboard*, 2025, <https://www.billboard.com/music/awards/taylor-swift-eras-tour-2025-iheartradio-music-awards-1235924427/>.

sebagai acara tahunan yang disiarkan di Amerika Serikat melalui program tv FOX²². Billboard Boxscore menyatakan bahwa *The Eras Tour* merupakan tur dengan pendapatan tertinggi sepanjang masa, oleh artis dari genre dan era apa pun dalam sejarah musik. Hal tersebut dijelaskan dengan perjalanan global tur konser ini yang memecahkan rekor pendapatan sebanyak lebih dari \$2 miliar USD dan menjual lebih dari 10 juta tiket konser. Hal itu juga mengalahkan rekor dari *Coldplay's Music of the Spheres World Tour* sebagai satu-satunya tur yang menghasilkan lebih dari \$1 miliar pada tahun kemarin.

Gambar 2. 4 Konser *The Eras Tour* malam ke-1 di SoFi Stadium, Los Angeles pada tanggal 3 Maret 2023. Penampilan lagu "You Need to Calm Down" dari era album 'Lover'. Panggung serta pakaian menyesuaikan tema album.



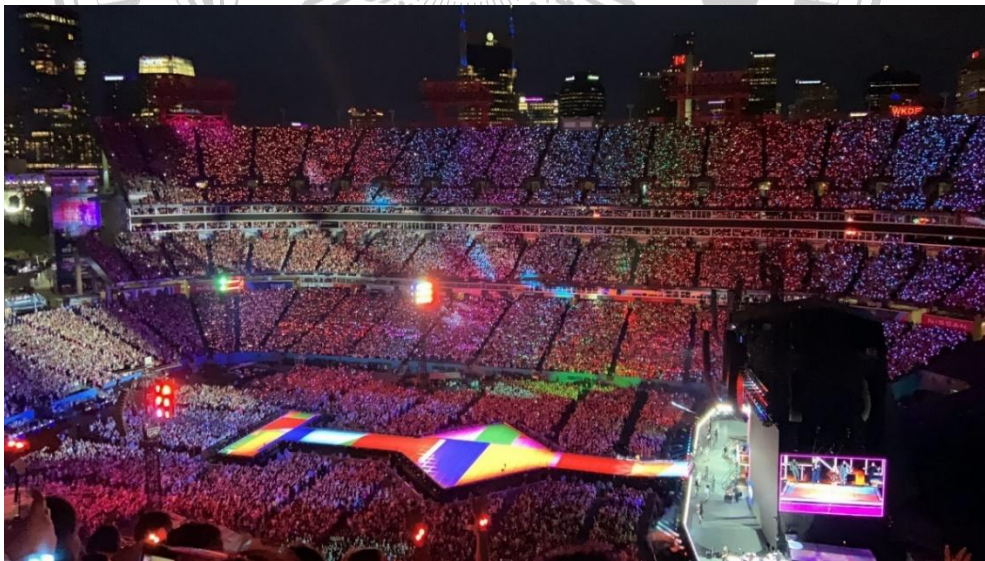
Sumber: <https://www.latimes.com/entertainment-arts/movies/st>

Tim resmi dari perusahaan Taylor Swift memberikan pernyataan kepada New York Times bahwa *The Eras Tour* berhasil menjual tiket konser dengan keuntungan sebanyak \$2,077,618,725 USD atau sebanyak Rp33 triliun, dihitung dari 10,168,008 orang yang menghadiri konser Swift melalui 149 konser internasional, melintasi 51 kota dan 21 negara,

²² Lillian Brown and Brendan Griffiths, "Where to Watch IHeartRadio Music Awards: Live Stream the 2025 Show From Anywhere," Business Insider, 2025, <https://www.businessinsider.com/guides/streaming/where-to-watch-iheartradio-music-awards-live-stream-2025>.

dengan harga rata-rata \$204 USD per kursinya.²³ Fans sang artis yang kerap disebut sebagai “Swifties” rela menempuh perjalanan rata-rata sejauh 338 mil untuk menonton konser tersebut, menurut Vivid Seats, sebuah perusahaan pertukaran dan penjualan tiket *re-sale*.²⁴ Hal tersebut membuktikan bahwa Swift bukan hanya seorang musisi, namun juga “produk kreatif” yang bernilai tinggi. Ia dan konsernya dapat berperan sebagai ‘aset kreatif’ dari kaca mata Singapura dengan komunitas penggemar (Swifties) yang fanatik dan rela menghabiskan uang untuk membeli merch edisi terbatas, terbang ke luar negeri hingga tinggal sehari-hari di negara asing demi menonton dan mendapatkan pengalaman eksklusif konsernya.²⁵

Gambar 2. 5 Konser The Eras Tour malam ke-1 di Nissan Stadium, Nashville, Tennessee, Amerika Serikat pada tanggal 5 May 2023. Penampilan akustik lagu "Lover" dari era album 'Lover'. Panggung serta pakaian menyesuaikan tema album.



Sumber: [https://taylorswift.fandom.com/wiki/The Er](https://taylorswift.fandom.com/wiki/The_Er)

²³ Rachel Treisman, “Taylor Swift’s Eras Tour — Now over — by the Numbers,” NPR, 2024, <https://www.npr.org/2024/12/09/nx-s1-5222234/taylor-swift-eras-tour-record-sales>.

²⁴ Megan Mccluskey, “Taylor Swift Eras Tour Final Shows: By the Numbers,” TIME, 2024, <https://time.com/7199590/taylor-swift-eras-tour-final-numbers/>.

²⁵ Sam Lansky, “Person of the Year 2023: Taylor Swift,” TIME, 2023, <https://time.com/6342806/person-of-the-year-2023-taylor-swift/>.

Mengutip dari TIME, Dan Fleetwood, seorang presiden *QuestionPro Research and Insights* mengatakan ‘jika Taylor Swift adalah sebuah ekonomi, maka dia akan lebih besar dari 50 negara’ pada sebuah berita untuk GlobalNewsWire.²⁶ Pasalnya, *The Eras Tour* sendiri diperkirakan menghasilkan hampir US\$5 miliar untuk pengeluaran konsumen di Amerika Serikat. Umumnya, setiap US\$100 (Rp1.641.000) yang dihabiskan konsumen untuk menonton konser terdapat *multiplier effect* yang menghasilkan sekitar US\$300 (Rp4.842.000) untuk pengeluaran lokal tambahan seperti hotel, *food and beverages* (fnb), dan transportasi. Namun, Swifties di Amerika Serikat dapat menghabiskan sekitar US\$1,300 hingga US\$1,500 untuk hal-hal tersebut, mulai dari pakaian dan kostum, merchandise, makanan, hotel hingga perjalanan yang mereka tempuh untuk menonton konser. Seluruh hal tersebut meningkatkan ekonomi lokal hingga ratusan juta dolar hanya dalam satu pekan.²⁷

Sama halnya dengan Australia yang mendapatkan keuntungan ekonomi tidak kalah besar. Selama 3 malam Swift menghabiskan di Australia, 96.000 orang datang menghadiri konsernya secara berturut-turut dengan jumlah yang sama setiap pertunjukannya. Pertunjukan ini merupakan pertunjukan terbesar yang dialami oleh Swift. Mengutip dari Forbes Australia, seorang profesor keuangan asal Universitas RMIT, Angel Zhong mengatakan satu orang menghabiskan sekitar AU\$900 (Rp9.586.800) untuk tiket konser, akomodasi, *travel*, merchandise, dan makanan. Dengan setiap individu menghabiskan sekitar AU\$900, maka dengan 620.000 terjualnya tiket *Eras Tour*, Zhong memperkirakan Australia mendapatkan keuntungan ekonomi setidaknya sebesar AU\$558 juta (Rp5,9

²⁶ Jeannie Kopstein and Mariah Espada, “Why Taylor Swift’s Eras Tour Has Made So Much Money,” TIME, 2023, <https://time.com/6307420/taylor-swift-eras-tour-money-economy/>.

²⁷ Ibid.

triliun). Zhong juga memperkirakan setidaknya terdapat 2% dari penonton konser yang merupakan turis asing dan menetap untuk melihat atraksi lainnya setelah konser berlalu.²⁸

Gambar 2. 6 Konser *The Eras Tour* malam ke-1 di Melbourne, Melbourne Cricket Ground Stadium, Australia pada 16 Februari 2024. Penampilan era album '*folklore*' dan '*evermore*' dimana suasana panggung dan kostum Taylor Swift serta tim dibuat dengan tema musim panas dan gugur.



Sumber: https://taylorswift.fandom.com/wiki/The_Eras_Tour/Gallery

Besarnya *The Eras Tour* yang telah menjadi salah satu tur tersukses dalam sejarah membawa dampak *spillover* terhadap perekonomian negara-negara yang didatanginya, sehingga banyak keuntungan yang didapatkan hanya dalam beberapa hari Swift tampil di kota-kota tuan rumah. Namun, tidak semua negara masuk ke dalam daftar destinasi *Eras Tour*. Hal tersebut menimbulkan rasa kecewa terhadap beberapa pemimpin politik dunia, hingga beberapa dari mereka berusaha untuk menarik perhatian Taylor Swift secara langsung melalui cara-cara yang unik dikutip dari Forbes.²⁹ Presiden Chili yakni Gabriel

²⁸ Shivaune Field, "Taylor Swift: Australian Eras Tour Sparks \$558m Economy Boost," Forbes Australia, 2024, <https://www.forbes.com.au/life/entertainment/taylor-swift-australian-eras-tour-sparks-558m-economy-boost/>.

²⁹ Hugh McIntyre, "World Leaders Keep Asking Taylor Swift To Bring The Eras Tour To Their Countries," *Forbes*, accessed July 2, 2025, <https://www.forbes.com/sites/hughmcintyre/2023/07/08/world-leaders-keep-asking-taylor-swift-to-bring-the-eras-tour-to-their-countries/>.

Boric menggugah video YouTube untuk sang artis dan menyampaikan keinginannya agar Taylor memasukkan negaranya ke dalam jadwal konser *Eras Tour* di Amerika Latin. Hal tersebut juga disambut dengan baik oleh para Swifties di Chili dan diikuti dengan sikap optimis dari sang presiden bahwa suatu saat Swift pasti akan merespon permintaannya.

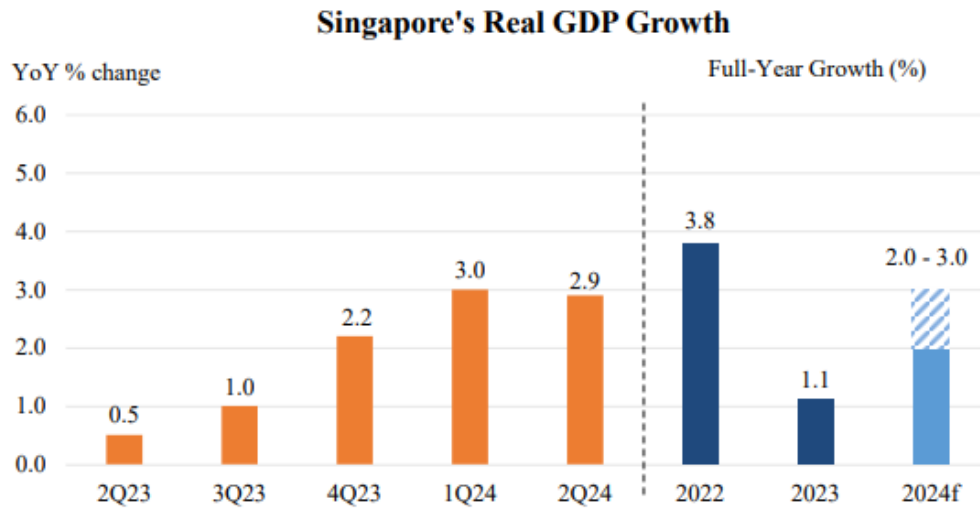
Tidak hanya Presiden Chili, Wali Kota Budapest yaitu Gergely Karácsony juga ikut menjadi salah satu pemimpin politik negara yang meminta Swift untuk mengunjungi kotanya. Ia menulis surat pribadi yang dikirimkan langsung kepada Swift dengan misi untuk meminta sang artis mempertimbangkan menambahkan Hungaria sebagai negara yang diikutsertakan dalam tur konser *The Eras Tour*. Sebagai tambahan, Karácsony juga menggugah fotonya memegang surat tersebut di Instagram sebagai usaha menarik perhatian media. Diikuti dengan Pemerintah Kanada yang juga ikut terlibat dalam diskusi setelah Swift dengan jelas tidak berencana memasukkan Kanada ke dalam daftar negara untuk *Eras Tour*.

Anggota parlemen Partai Konservatif Kanada yaitu Matt Jeneroux bahkan mengajukan keluhan resmi di Dewan Rakyat dengan menyatakan kekhawatirannya terhadap potensi kerugian ekonomi yang ditimbulkan akibat absennya *The Eras Tour* di negaranya. Justin Trudeau sebagai Perdana Menteri Kanada juga menggugah status yang bersifat 'santai' di Twitter dan berharap bahwa Swift datang ke kota-kota di Kanada dan bagaimana Ia menantikan hal tersebut. Hal yang sama terjadi di Asia Tenggara dimana pemimpin dari Partai Move Forward di Thailand, Pita Limjaroenrat, juga menggunakan Twitter sebagai media untuk menghubungi Taylor Swift. Ia menulis bagaimana politik Thailand telah stabil dan sepenuhnya kembali menjadi negara demokrasi setelah sebelumnya Swift harus membatalkan konsernya akibat kudeta, serta bagaimana Swift dinantikan di Thailand.

Selama konser The Eras Tour di Singapura yang berlangsung dari 1 hingga 9 Maret 2024, tercatat sekitar 300.000 tiket habis terjual selama enam malam pertunjukan. Menariknya, sekitar 70% penonton berasal dari luar negeri, yang secara langsung membawa pengeluaran sebesar US\$370 juta di kota tersebut.³⁰ Tingginya jumlah wisatawan ini berdampak nyata terhadap sektor pariwisata, perhotelan, restoran, transportasi, dan sektor ritel, menunjukkan bagaimana fandom Swifties mampu memicu aktivitas ekonomi lokal secara signifikan. Fenomena ini menegaskan bahwa Swifties, sebagai komunitas penggemar, memiliki peran besar sebagai *economic force*. Loyalitas dan daya beli mereka mendorong konsumsi di berbagai sektor selama konser berlangsung, sehingga turut memengaruhi pertumbuhan ekonomi negara tuan rumah. Keberadaan Swifties menciptakan efek limpahan yang nyata, dimana aktivitas mereka sebagai konsumen pariwisata membawa manfaat ekonomi tidak hanya untuk industri hiburan, tetapi juga bagi perekonomian lokal secara lebih luas.

³⁰ Kathleen Magramo, "Eras Tour: Singapore Defends Taylor Swift's Exclusive Southeast Asia Stop after Neighbors Cry Foul," CNN, 2024, <https://edition.cnn.com/2024/03/05/asia/singapore-taylor-swift-southeast-asia-intl-hnk>.

Grafik 2. 1 Pertumbuhan PDB Singapura dari Dampak Konser Taylor Swift



Sumber: https://www.singstat.gov.sg/-/media/files/news/gdp2q2024.ashx?utm_source

Berdasarkan data resmi Kementerian Perdagangan dan Perindustrian Singapura, pertumbuhan PDB kuartal pertama 2024 tercatat sebesar 3,0 persen secara tahunan. Pada kuartal kedua, pertumbuhan PDB tercatat 2,9 persen secara tahunan, menunjukkan sedikit penurunan, namun sektor pariwisata, akomodasi, dan transportasi mencatat peningkatan yang signifikan.³¹ Konser Taylor Swift memberikan dorongan ekonomi langsung melalui peningkatan okupansi hotel, konsumsi restoran, transportasi, dan belanja lokal yang dilakukan penggemar, sehingga diperkirakan menambah sekitar SG\$300–400 juta ke PDB Singapura. Peningkatan ini juga mencerminkan adanya *spillover effect*, di mana kehadiran penggemar internasional menstimulasi aktivitas ekonomi di sektor-sektor terkait meskipun tidak terlalu berdampak langsung pada sektor manufaktur atau perdagangan grosir.

Dampak ekonomi konser Taylor Swift di Singapura tidak hanya terlihat dalam bentuk angka PDB, tetapi juga dari perilaku pengeluaran penggemar atau Swifties. Para

³¹ Ministry of Trade and Industry (MTI), “MTI Narrows 2024 GDP Growth Forecast to ‘2.0 to 3.0 Per Cent,’” 2024.

penggemar menunjukkan loyalitas tinggi dengan mengeluarkan uang untuk tiket, merchandise, transportasi, serta akomodasi. Loyalitas ini mencerminkan konsep ekonomi kreatif, di mana ide, musik, dan *performance art* Taylor Swift menjadi komoditas berharga yang dapat dijual dan dimonetisasi melalui interaksi dengan penggemar. Keberhasilan konser ini juga memperkuat posisi Singapura sebagai destinasi hiburan global, karena daya tarik artis internasional mendorong kunjungan wisatawan dan meningkatkan pendapatan sektor jasa.

Selain dampak ekonomi langsung, konser Taylor Swift di Singapura juga memunculkan efek tidak langsung yang signifikan. Kehadiran ribuan penggemar dari luar negeri mendorong peningkatan permintaan transportasi lokal, termasuk taksi, transportasi daring, dan transportasi umum. Restoran dan pusat perbelanjaan merasakan lonjakan pelanggan, sementara sektor hiburan dan rekreasi lokal juga mendapatkan manfaat dari tingginya minat pengunjung. Efek ini tidak hanya bersifat temporer, tetapi juga menciptakan kesadaran dan promosi tidak langsung bagi Singapura sebagai destinasi wisata, yang berpotensi mendorong kunjungan di masa mendatang³²

Selama malam pada tanggal 2-3 Maret 2024 okupansi harian hotel mencapai hingga 92.7%. ADR atau rata-rata tarif harian mencapai SGD438,36 (Rp5.6 juta) menjadikannya tarif tertinggi yang pernah dicapai pada malam yang sama. Sektor pariwisata Singapura juga mengalami perkembangan dimana kedatangan turis internasional meningkat hingga 21,5% jika dibandingkan dengan tahun 2023.³³ Jumlah arus penumpang (*passenger traffic*) meningkat sebanyak 14,8%, hanya kurang 1% untuk menyamakan rata-rata jumlah pada

³² CoStar Group, "Eras Tour Led to March Records for Singapore Hotels," Hotel Online News, 2024, https://www.hotel-online.com/press_releases/release/eras-tour-led-to-march-records-for-singapore-hotels/.

³³ Hok Yean Chee, "In Focus: Singapore," HVS, 2025, <https://www.hvs.com/article/10114-in-focus-singapore>.

tahun 2019 sebelum pandemi terjadi. Sektor perhotelan juga meningkat sebanyak 3% dan total transaksi hotel di Singapura tembus hingga mencapai SG\$1,75 miliar (Rp22,4 triliun).³⁴

Seluruh hal tersebut menggambarkan besarnya dampak suatu konser terhadap perekonomian negara. Seperti bagaimana konser *The Eras Tour* memberikan dampak yang sangat besar terhadap negara-negara yang dikunjungi, termasuk Singapura. Para fans yang memiliki *economic force* dan mengunjungi negara tuan rumah juga turut berkontribusi dalam mendorong perekonomian. Oleh karena itu, fenomena bukan hanya sebagai hiburan semata, namun juga sebuah strategi ekonomi kreatif yang melibatkan banyak sektor hingga menciptakan suatu ekosistem. Dimulai dari tempat wisata, perhotelan, transportasi, hingga bagaimana proses pemasaran dan industri kreatif lokal.

³⁴ Ibid.