



TEKNOKRASI MEDIA SINGAPORE TOURISM BOARD DALAM PROMOTE WISATA HALAL DI LAZARUS ISLAND

Mochammad Sinung Restendy^{1*}

¹UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

*Corresponding Author Email: muhammad.restendy@uin-suka.ac.id



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Peran Singapore Tourism Board (STB) dalam teknokrasi media sangat penting untuk mempromosikan Lazarus Island sebagai destinasi wisata halal di Singapura. Sebagai pulau yang relatif baru dalam pariwisata, Lazarus Island memiliki potensi besar untuk dikembangkan dengan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal, seperti penyediaan makanan halal, tempat ibadah, dan lingkungan bebas alkohol. Bangkitnya sektor pariwisata Singapura melalui STB diharapkan mampu diharapkan mampu mempercepat pengembangan wisata halal di Lazarus Island melalui kampanye promosi yang efisien menggunakan media. Penelitian ini menganalisis teknik promosi media yang paling efektif untuk mengembangkan Lazarus Island sebagai tujuan wisata halal. Data dikumpulkan berdasarkan teori promosi pariwisata dan studi kasus pada promosi wisata halal di Singapura. Selain peran pemerintah, promosi wisata halal ini juga dapat dilakukan oleh masyarakat umum, terutama generasi muda yang melek teknologi, guna meningkatkan daya tarik Lazarus Island bagi wisatawan mancanegara.

Kata Kunci: Teknokrasi Media; STB; Wisata Halal; Lazarus Island.

Abstract: The role of the Singapore Tourism Board (STB) in media technology is crucial to promoting Lazarus Island as a halal tourist destination in Singapore. As a relatively new island in tourism, Lazarus Island has great potential to be developed with facilities that are in accordance with halal principles, such as the provision of halal food, places of worship, and an alcohol-free environment. STB, with its experience in reviving Singapore's tourism sector, is expected to be able to accelerate the development of halal tourism on Lazarus Island through an efficient promotional campaign using the media. This study analyzes the most effective media promotion techniques to develop Lazarus Island as a halal tourism destination. Data was collected based on tourism promotion theory and case studies on halal tourism promotion in Singapore. In addition to the role of the government, the promotion of halal tourism can also be carried out by the general public, especially the young generation who are technologically literate, in order to.

Keyword: Media Technocracy; STB; Halal Tourism; Lazarus Island.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu terus meningkat. Ini seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Penerapan teknologi diberbagai industri saat ini terus didorong guna meningkatkan efisiensi, termasuk pada dunia wisata. Perkembangan media teknologi ini berhasil menarik minat wisatawan dengan menyebarkan informasi menarik yang disajikan dengan cara yang dapat menarik perhatian masyarakat. Hal ini mendorong mereka untuk mengunjungi dan merasakan langsung pengalaman di tempat wisata tersebut. Ini merupakan bagian dari penerapan teknologi media di berbagai destinasi wisata di seluruh dunia.

Pengembangan wisata halal juga dikembangkan oleh Singapura sebagai cara yang dilakukan dalam meningkatkan jumlah pengunjung wisata di negara tersebut. Singapura merupakan negara yang dikelilingi oleh 3 negara dengan mayoritas muslim yakni Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darussalam. Hal ini merupakan potensi wisata strategis yang sangat menguntungkan Singapura dalam meningkatkan wisata halal.

Ferdiansyah, dkk (2020) pada bukunya berjudul *“Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism”* mengemukakan bahwa untuk membangun wisata halal, aspek yang menjadi konsentrasi dalam membangun pariwisata halal adalah kenyamanan wisatawan dalam beribadah. Hal ini penting mengingat Islam memiliki jadwal ibadah 5 kali dalam sehari sehingga perlu diperhatikan aspek kemudahan mengakses tempat sholat dan memiliki agenda wisata yang tidak berbenturan dengan waktu sholat. Berbagai fasilitas penunjang penting untuk diterapkan pada wisata halal. Sebagai contoh, produk konsumsi yang diperdagangkan di tempat tersebut perlu dilengkapi sertifikat halal dari lembaga kehalalan. Sertifikat halal ini bertujuan agar pengunjung muslim dapat nyaman dalam mengonsumsi produk yang diperdagangkan.

Berdasarkan data dari GMTI pada tahun 2023, Singapura memperoleh nilai sebesar 84 poin terhadap index 0-100 point sebagai negara paling ramah wisatawan wanita muslim di negara non-OKI. OKI merupakan organisasi kerja sama Islam namun negara Singapura belum termasuk ke dalamnya. Berdasarkan data tersebut, Singapura telah menjadi negara ramah muslim dengan berbagai fasilitas dalam peningkatan wisatawan muslim untuk datang ke Singapura semakin ditingkatkan (Muhamad, 2023).

Pengembangan industri wisata di Singapura telah diatur dan dikelola oleh pemerintah melalui STB yang mana merupakan teknokrat di bawah Kementrian Industri dan Perdagangan Singapura yang bertugas sebagai dewan penyelenggara khusus yang mengembangkan wisata di Singapura. Badan yang didirikan pada tahun 1964 ini berperan

aktif dalam melakukan promosi wisata di Singapura dengan memfasilitasi segala kebutuhan yang diperlukan dalam proses peningkatan wisata di Singapura (Muis & Aisyah, 2022).

Di tahun 2010, STB telah sukses menanggulangi dampak dari krisis 2008 dengan melakukan upaya pengembangan peningkatan wisata di Singapura sebagai wujud pemulihan ekonomi. Singapura melakukan upaya dengan membuat program internal unggulan yang disebut BOOST (*Building On Opportunities to Strengthen Tourism*) dimana langkah ini berupa membuat kantor cabang di negara tetangga termasuk di Indonesia, membangun *microsite*, dan membangun *city brand* “*your singapore*”. Strategi yang dilakukan STB dinilai berhasil meningkatkan jumlah wisatawan yang datang sejak 2008 hingga 2010. STB telah melakukan upaya yang cukup efektif dalam pengembangan wisata di Singapura (Ariyanto, 2014).

Upaya lain yang dilakukan STB dalam mengembangkan wisata halal di Singapura antara lain dilakukan dengan berkolaborasi dengan musisi muslim Internasional Maher Zain dimana upaya ini diharapkan dapat meningkatkan promosi kepada dunia tentang wisata halal di Singapura dan memperoleh perhatian dunia. Maher Zain melakukan tugasnya dengan melakukan eksplorasi wisata pada 3 episode di kanal youtube wisata Singapura. Pada episode pertama Maher Zain mengunjungi tempat SkyHelix Sentosa, S.E.A Aquarium, dan Lazarus Island. Pada episode kedua Maher Zain menunjukan wisata kebudayaan yang ada di Singapura antara lain Katong, Kampong Gelam, dan Joo Chiat. Selanjutnya pada episode ketiga Maher Zain mengunjungi tempat wisata berupa National of Museum of Singapore, ION Orchard, Gardens by the Bay, dan Bynd Artisan.

Berdasarkan artikel yang dijelaskan oleh CybersulutNews 8 Februari 2023, dikemukakan bahwa *Singapore Tourism Board* (STB) gencar menjalin kemitraan dengan negara-negara di Asia Tenggara dalam membuka wisata di Singapura. STB menjalin kemitraan dengan sejumlah perusahaan pelayanan wisata di Indonesia untuk berkolaborasi dalam meningkatkan wisata di Singapura. STB memberikan penawaran wisata dengan pengalaman baru antara lain melakukan wisata ke Dolphin Island, Lazarus Island, Museum Es krim, SkyHelix Sentosa, Central Beach Bazar, dan wisata lainnya (CyberSulutNews, 2023). STB menjalin kerja sama dengan berbagai pihak guna memberikan dampak positif dalam kemajuan wisata Singapura dan negara di Asia Tenggara.

Pengembangan wisata halal di Singapura yang ingin dilakukan oleh *Singapore Tourism Board* (STB) yakni pada wisata Lazarus Island. Wisata Lazarus Island atau dikenal dengan pulau Sakijang Palepah merupakan pulau di bagian selatan Singapura yang masih tidak berpenghuni. Pulau ini menawarkan suasana pantai yang alami dan belum banyak

dilakukan eksplorasi wisata disana. Berdasarkan penelitian Shanti, dkk (2023) bahwa di Lazarus Island terdapat 7 dari 12 spesies Lamun yang terkenal di Singapura dimana keanekaragaman Hayati di Lazarus Island ini masih terjaga dengan cukup baik.

Lazarus Island memiliki suasana yang asri dan nyaman. Hal ini dapat menjadi pengetahuan dasar bahwa pengembangan wisata halal di Lazarus Island menjadi suatu gagasan yang strategis. Pengembangan wisata halal di lokasi ini dapat dikelola dengan baik dari awal hingga sempurna. Keasrian alam yang dimiliki Lazarus Island, maka diharapkan pengembangan wisata halal dapat berjalanan dengan baik dan maksimal dengan peran aktif yang dilakukan STB selaku perwakilan dari pemerintah Singapura serta dukungan dari negara-negara tetangga khususnya Indonesia. Lazarus Island menjadi menarik dengan adanya ekosistem yang terjaga sehingga penting untuk memilih Lazarus Island sebagai objek wisata halal yang perlu di promosikan oleh Singapura kepada dunia. Di pulau Lazarus Island, potensi yang dapat dikembangkan untuk berwisata cukup banyak mulai dari piknik, *snorcling*, *diving*, dan lain sebagainya sehingga ini menjadi potensi besar yang dapat diperoleh dari Lazarus Island dengan menerapkan wisata halal di dalamnya (Fadhlan, Ganjar, & Subakti, 2022).

Peran dari *Singapore Tourism Board* (STB) untuk teknokrasi media dalam upaya promosi Lazarus Island sebagai salah satu wisata halal di Singapura perlu dilakukan dengan cepat dan efisien terlebih dengan Lazarus Island yang terbilang baru dapat dimanfaatkan sedemikian rupa dengan membangun fasilitas-fasilitas penunjang dengan mengacu pada nilai-nilai halal yang telah dijelaskan serta mempromosikannya secara massal menggunakan media sebagai *platform* yang diharapkan dapat berperan aktif dalam menghidupkan wisata di Lazarus Island ini. Pengalaman STB yang luar biasa dalam mengembangkan wisata di Singapura dengan dilihat dari pengalamannya dalam mengalami masa sulit dari pariwisata di Singapura diharapkan dapat membawa wisata halal di Singapura khususnya Lazarus Island lebih berkembang dan diminati oleh wisatawan mancanegara. Langkah yang dilakukan oleh STB dalam membangun wisata halal tentu dengan membangun kemitraan yang kuat dengan negara-negara tetangga khususnya di Asia Tenggara untuk turut serta berperan aktif dalam meningkatkan kunjungan wisata ke Singapura.

Berdasarkan penjelasan yang telah dilakukan sebelumnya, maka penting dilakukan penelitian mengenai hal yang harus dilakukan oleh *Singapore Tourism Board* (STB) dalam upaya teknokrasi media untuk promosi peningkatan wisata halal di Lazarus Island. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai aspek-aspek yang diperlukan dalam membangun wisata halal di Lazarus Island dan produk serta strategi dalam membangun Lazarus Island sebagai

tempat wisata halal di Singapura. Adapun tujuan dan manfaat yang diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini adalah memahami upaya yang dilakukan oleh STB dalam mengembangkan wisata halal di Singapura khususnya pada Lazarus Island, membuat suatu rancangan produk wisata halal yang dapat dikembangkan serta mengevaluasinya oleh *Singapore Tourism Board* (STB) pada wisata halal di Lazarus Island. Sedangkan manfaat penelitian ini adalah memberikan wawasan tentang potensi wisata di Singapura, peran teknokrasi media dalam pengembangan wisata, serta aspek-aspek yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan wisata halal, khususnya di Lazarus Island.

KAJIAN PUSTAKA

Teknokrasi media merupakan suatu peran yang dilakukan pemerintah dengan mengaplikasikan media sebagai sarana untuk menjalankan suatu kepentingan publik yang berdampak kepada masyarakat maupun negara. Teknokrasi media dapat dijalankan oleh pihak yang ditetapkan oleh pemerintah pusat sebagai mandat untuk menjalankan perintah tersebut (Dwi Sahputri, 2023).

Teknokrasi media yang dijalankan dan diterapkan di Singapura dilakukan oleh STB selaku Dewan Pariwisata Singapura di bawah Kementrian Perdagangan dan Industri Singapura. Teknokrasi media menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi dalam menjangkau masyarakat dunia. Pengembangan website resmi oleh STB juga dilakukan guna meningkatkan *branding* dari pariwisata di Singapura. STB menjalin kemitraan dengan perusahaan-perusahaan penyelenggara perjalanan wisata di beberapa negara khususnya negara di Asia Tenggara termasuk Indonesia.

Menurut William Hendry Smityh bahwa teknokrasi merupakan kondisi dimana seorang pegawai seperti insiyur dan ilmuwan turut serta dalam proses pengampilan keputusan dalam hal teknis. Media merupakan perangkat yang digunakan sebagai alat atau perantara dalam melakukan sesuatu aktifitas. Menurut Gagne (1970) bahwa media merupakan suatu komponen pada siswa yang bertujuan untuk merangsang dalam belajar. Didukung dengan pendapat Heinich (1982) bahwa medium merupakan suatu pengantar sesuatu dari pengirim kepada penerima (Mahnun, 2012).

Media yang digunakan saat ini dibagi pada 2 jenis promosi yakni promosi digital dan promosi konvensional. Promosi digital merupakan promosi yang dilakukan dengan cara memanfaatkan teknologi informasi sebagai sarana untuk menyebarluaskan informasi sekaligus sebagai ajang promosi ke area luas. Promosi konvensional merupakan promosi yang dilakukan dengan menggunakan metode yang relatif lama dan umum dilakukan banyak

orang sebagai alat promosi seperti pamflet, koran, majalah, spanduk, baliho dan lain sebagainya.

Teknokrasi media dapat diartikan sebagai pengikutsertaan para ahli di bidang teknis tertentu dalam penggunaan media untuk mendorong kegiatan suatu hal. Terdapat beberapa poin dari teknokrasi media yakni sebagai berikut.

1. Teknokrasi media mendorong pada pengambilan keputusan oleh ahli teknis berdasarkan kompetensi yang dimiliki oleh para ahli tersebut.
2. Sistem teknokrasi media mengedepankan akuntabilitas dari penyebaran informasi kepada publik dan menjamin transparansi data.
3. Teknokrasi media menjamin media sebagai sarana informasi yang memiliki nilai informasi yang tinggi dan tidak semata pada keuntungan bisnis semata.

Dengan demikian dapat dipahami bahwa peran teknokrasi media sangat berpengaruh pada keberlangsungan media sebagai sarana informasi untuk mendukung kemajuan suatu negara. STB membangun teknokrasi media dengan 2 arah yakni melalui media konvensional yakni melalui alat peraga fisik sebagai media promosi wisata di Singapura. Media konvensional ini umumnya efektif dilakukan untuk lokal Singapura. Media digital pun turut digunakan STB sebagai alat promosi untuk menjangkau cakupan yang lebih luas.

Adapun Promosi merupakan suatu kegiatan pemasaran suatu produk kepada masyarakat luas dengan memperkenalkan produk dan menjadikan masyarakat sebagai pembeli atau pengguna dari produk yang dipromosikan tersebut dengan berbagai teknik di dalamnya. Menurut Yolanda dan Wijanarko (2018), pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya Terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur” 2018 menyebut bahwa promosi merupakan upaya komunikasi yang dilakukan dengan memperkenalkan produk kepada pembeli dengan meningkatkan pengetahuan publik terhadap produk tersebut dan kemudian merubah sikap menjadi pembeli.

Promosi dalam implementasinya juga dapat dilakukan pada layanan jasa, layanan wisata, dan lain sebagainya. Promosi di era digital saat ini umumnya telah terdigitalisasi, sehingga menjadi lebih efisien dalam pelaksanaannya dan lebih cepat tersampaikan. Singapura, melalui Singapore Tourism Board (STB), telah memanfaatkan platform digital untuk melakukan promosi wisata halal ke seluruh dunia. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan minat masyarakat global terhadap wisata, khususnya wisata halal di Singapura. Promosi pariwisata bertujuan pada mendorong wisatawan domestik maupun mancanegara untuk hadir kepada tempat wisata yang ditawarkan.

Berdasarkan UU No. 10 Tahun 2009 tentang pariwisata yakni pariwisata dapat diartikan bahwa pariwisata merupakan kegiatan sekelompok orang mengunjungi suatu tempat wisata baik alam maupun buatan dengan tujuan melakukan rekreasi, pengembangan diri, dan lain sebagainya. Manajemen pariwisata dilakukan dengan tujuan untuk menciptakan kegiatan serta pelayanan pariwisata yang sesuai dengan aturan dan tujuan dari wisata tersebut (Dwimawanti & Sidiq, 2019).

Manajemen pariwisata yang dilakukan oleh *Singapore Tourism Board* (STB) adalah mengembangkan wisata halal yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman dengan tujuan meningkatkan pariwisata di Singapura mengingat wisata halal telah banyak diterapkan di dunia terutama pada negara dengan mayoritas penduduk muslim.

Wisata halal saat ini menjadi pilihan menarik bagi wisatawan khususnya yang beragama Islam karena memberikan rasa nyaman dalam berwisata dengan tetap mengutamakan nilai-nilai keislaman di dalam berwisata (Ferdiansyah dkk, 2020). Pengembangan wisata halal perlu didorong dengan pengawasan dan dukungan dari pemerintah pusat melalui teknokrasi yang dijalankan oleh STB sebagai pihak yang menerima mandat dari pemerintah untuk menjalankan promosi wisata di Singapura. Menurut Priyadi (2016) wisata halal adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada pelanggan dengan memberikan rasa nyaman dan aman untuk wisatawan muslim yang melakukan perjalanan tersebut.

Wisata halal pun telah diterapkan di berbagai kesempatan di objek wisata di Singapura, wisata halal memiliki potensi menaikkan daya tarik wisatawan yang datang khususnya masyarakat muslim di negara tetangga salah satunya Indonesia. Wisata halal dapat diterapkan di Lazarus Island dimana pulau Lazarus Island atau pulau Sakijang memiliki potensi besar dalam pariwisata di Singapura.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yakni dengan mengambil data dan informasi dari media internet seperti website resmi, artikel jurnal, buku, dan lain sebagainya. Penggunaan metode kualitatif dirasa cukup efektif dalam mencapai tujuan dari penelitian ini. Menurut Denzin dan Lincoln (1997) kualitatif merupakan penelitian dengan berdasarkan teori ilmiah yang bertujuan untuk menterjemahkan suatu keadaan atau peristiwa dengan menggunakan berbagai metode yang ada (Fadli, 2021).

Penelitian ini akan membahas mengenai peran teknokrasi media yang dijalankan oleh *Singapore Tourism Board* (STB) dalam melakukan promosi sebagaimana mandat dari

Kementrian Industri dan Perdagangan Singapura pada industri pariwisata di Singapura khususnya di Lazarus Island. Penelitian ini akan membuat analisa mengenai teknik promosi dengan penggunaan media seperti apa yang paling efektif dalam mempercepat pengembangan wisata di Lazarus Island. Pengambilan data dilakukan dengan melibatkan teori ilmiah terkait mengenai kegiatan promosi pariwisata yang telah dilakukan pada pariwisata di Singapura.

Menurut Tanujaya bahwa subjek mengacu tempat dan objek merupakan suatu variabel yang dapat diambil kesimpulannya (Tanujaya, 2017). Subjek yang terdapat pada penelitian ini adalah lokasi studi kasus berada di Lazarus Island. Sementara objek penelitian merupakan suatu fenomena yang perlu dianalisa dari suatu permasalahan. Adapun pada penelitian ini ditentukan bahwa objek penelitian merupakan peran teknokrasi media dari *Singapore Tourism Board* pada promosi wisata halal.

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dengan cara studi literasi. Data diperoleh berdasarkan penelitian ilmiah yang telah dilakukan terdahulu. Data penelitian ini terkait peran *Singapore tourism Board* dalam mengembangkan pariwisata khususnya wisata halal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan teknik studi literasi dengan data yang diambil berdasarkan objek data berupa peran STB dalam promosi halal di Singapura. Data diambil dengan tujuan untuk dikumpulkan dan dianalisa seberapa relevan data dengan penelitian ini.

Tahapan yang dilakukan selanjutnya pada penelitian ini adalah analisis data. Penelitian ini melakukan analisis data berdasarkan isi dari sumber dan penelitian yang dijadikan literasi terkait peran STB dalam promosi wisata halal. *Pertama*, peneliti akan menganalisis peran penting teknokrasi media dalam pengembangan pariwisata di dunia. Analisis tersebut akan dikaitkan dengan penelitian ini, yang fokus pada peran teknokrasi media dalam pengembangan wisata halal di Singapura, dengan studi kasus Lazarus Island. *Kedua*, peneliti akan membuat data perbandingan pariwisata di Singapura sebagai acuan untuk mengevaluasi fungsi Singapore Tourism Board (STB) dalam menjalankan tugasnya. Selanjutnya, peneliti akan melakukan studi pustaka mengenai pentingnya pengembangan wisata halal di Lazarus Island, yang mencakup kondisi alam, potensi wisata yang dapat dikembangkan, serta teknik promosi yang dapat diterapkan oleh STB. Setelah penelitian selesai, peneliti akan membahas hasil analisis mengenai peran teknokrasi media dalam kemajuan wisata halal di Singapura, khususnya di Lazarus Island.

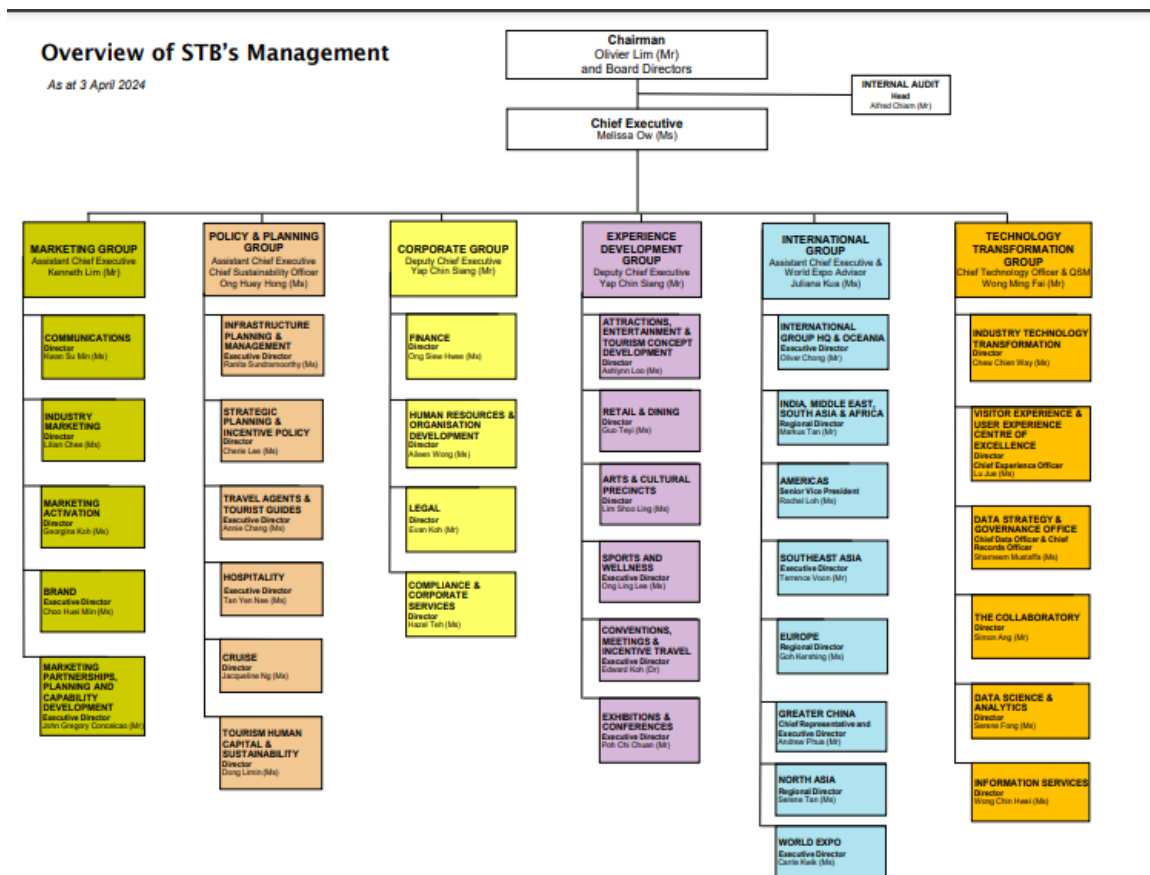
HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut data *Statistic Banci* Republik Singapura, pada tahun 2020 15.6% penduduk Singapura beragama Islam, dan hampir 99% dari 442,368 daripada 447,747 penduduk Melayu selalu mengamalkan ajaran agama Islam, dimana masyarakat Melayu sebanyak 82% umat Islam di negeri ini. Selain itu, Negara Singapura juga dikelilingi oleh negara-negara yang mayoritas penduduknya beragama muslim seperti Indonesia, Malaysia, dan Brunei Darussalam. Islam terbukti memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata, ekonomi, sosial, maupun politik.

Halal tourism dinilai sebagai *diffetentation product* dalam industri wisata. Negara Singapura yang hampir semua etnis Melayu beragama Islam sangat berpotensi sebagai pemain global untuk menjadi tujuan wisata halal favorit kelas dunia. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian dari Dian (2022) bahwa wisatawan Muslim dalam melakukan suatu perjalanan wisata membutuhkan pengeluaran yang sangat tinggi. Dapat dibayangkan uang yang dihabiskan wisatawan Muslim di dunia pada tahun 2011 mencapai 126 milyar dolar AS atau setara Rp. 1.222,1 triliun. Angka ini dua kali lebih besar dari seluruh uang yang dikeluarkan oleh wisatawan Cina yang mencapai 65 dolar AS atau setara Rp 630 triliun.

Pertumbuhan wisatawan Muslim adalah segmen baru yang muncul dalam sektor perjalanan, yang akan mempengaruhi industri pariwisata global. Menurut Pew Research, 1 dari 3 orang lahir antara tahun 1990 dan 2030 akan menjadi Muslim. Oleh karena itu, populasi Muslim bisa meningkat menjadi 2,2 miliar pada tahun 2030. Tentu ini menjadi sebuah peluang bagi Singapura untuk mengembangkan wisata halal disana. Dalam usaha meraih peluang, pemerintah Singapura selalu berusaha mempromosikan industri pariwisata agar lebih mampu meningkatkan perekonomian Singapura. Agar mampu mewujudkan usaha pemerintah, terdapat pihak-pihak lain yang mendukung keberlangsungan industri pariwisata, salah satunya *Singapore Tourism Board* (STB).

Badan ini adalah suatu badan khusus dibawah Kementerian Pariwisata yang didirikan pada tahun 1964 dengan mandat untuk mempromosikan perkembangan sarana dan prasarana pariwisata negara secara aktif. Misi yang dimiliki ialah untuk mengembangkan dan memenangkan pariwisata sehingga mampu menjadikannya sebagai kunci penentu pertumbuhan ekonomi Singapura (Afni, 2022). Dalam menjalankan tugasnya, *Singapore Tourism Board* memiliki sebuah struktur kepengurusan yang di dalamnya termuat ketua, wakil, dan berbagai defisi lainnya.



Gambar 1. Overview of STB Management (Afni, 2022)

Sruktur kepengurusan tersebut menjadi salah satu langkah untuk *manage* lembaga dalam mengembangkan wisata halal yang ada di negaranya. Dalam organisasi tersebut STB sebagai regulator Pemerintah dan Kementerian Perdagangan dipimpin oleh komisaris dengan memiliki kepala di masing masing divisinya. Kemudian dari semuanya dikontrol oleh Tim audit mutu internal STB sesuai tabel diatas. STB ini memiliki beberapa divisi diantaranya divisi marketing, regulasi, perusahaan, pengembangan, internasional, dan transformasi teknologi.

Selain itu, *Singapore Tourism Board* juga memiliki beberapa sosial media untuk mengenalkan dan mempromosikan wisata-wisata halal yang ada di Singapura;

Media Sosial Twitter/x

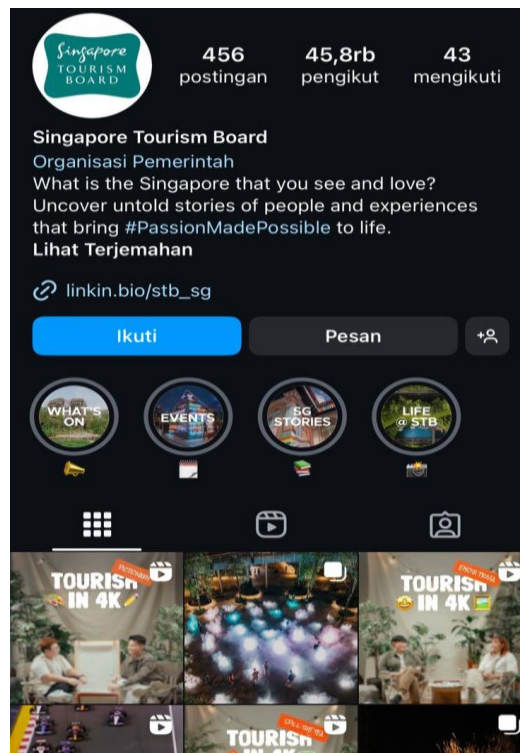
Singapore Tourism Board juga memiliki akun Twittwer yang bernama @VisitSingapore dengan 62.1k pengikut. Tentu media sosial twitter ini juga dijadikan oleh *Singapore Tourism Board* sebagai media promosi untuk mengenalkan wisata-wisata halal Singapura ke berbagai wisatawan negara maupun mancanegara.



Gambar 2. Twitter (*VisitSingapore*, 2009)

Media Sosial Instagram

Salah satu media sosial yang digunakan oleh *Singapore Tourism Board* adalah Instagram. Dengan nama akun *@stb_sg*, *Singapore Tourism Board* memiliki 45,8rb pengikut dan 456 postingan. *Singapore Tourism Board* memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengenalkan dan mempromosikan wisata-wisata halal yang adalah di sana.

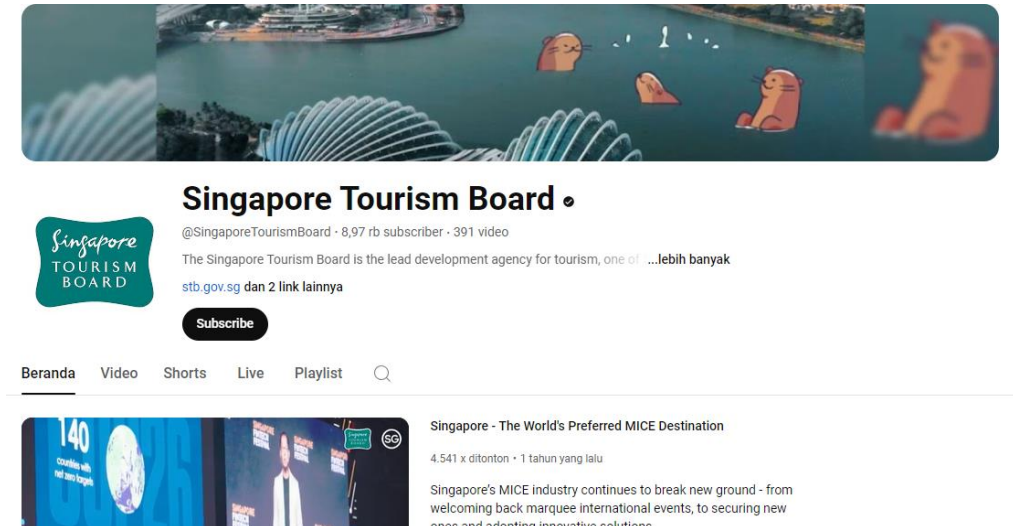


Gambar 3. Instagram STB (*Singapore Tourism Board*, 2024)



Youtube

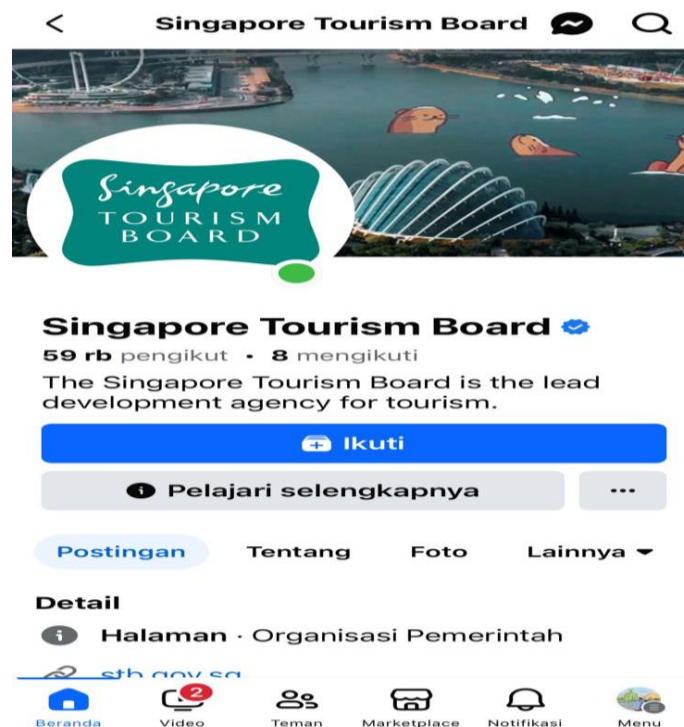
Dalam upaya mengembangkan dan mempromosikan wisata-wisata halal di Singapura, *Singapore Tourism Board* juga memanfaatkan kanal youtube sebagai media untuk menyebarkan informasi terkait.



Gambar 4. Youtube STB (*Singapore Tourism Board*, 2024)

Media Sosial Facebook

Singapore Tourism Board juga memanfaatkan media sosial *Facebook* untuk menjangkau wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Dengan nama akun *@Singapore Tourism Board*, STB memiliki 58rb pengikut, di dalamnya memuat berbagai konten-konten untuk memperkenalkan wisata-wisata yang ada di sana.



Gambar 5. Facebook STB (*Singapore Tourism Board*, 2024)

Promosi Wisata *Singapore Tourism Board*

Dalam upaya meraih peluang ekonomi, pemerintah Singapura aktif mempromosikan industri pariwisata untuk meningkatkan perekonomian negara. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, ada beberapa pihak yang turut mendukung keberlanjutan industri pariwisata, salah satunya adalah *Singapore Tourism Board* (STB). STB merupakan badan yang berada di bawah Kementerian Pariwisata, yang didirikan pada tahun 1964. Badan ini memiliki mandat untuk mempromosikan perkembangan sarana dan prasarana pariwisata negara secara aktif. Misi utama STB adalah mengembangkan sektor pariwisata dan menjadikannya sebagai salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi Singapura (Afni, 2022).

Tidak sulit bagi Singapura untuk mengembangkan wisata halal karena 15 persen penduduk negara itu beragama Islam dan Melayu. Pemerintah Singapura telah menunjukkan minat yang serius untuk mengembangkan segmen ini, mencontohkan *food court* di Bandara Internasional Changi yang memiliki area halal dan non-halal yang terpisah. Industri pariwisata halal Singapura sedang berkembang dan bahwa pemerintah telah meminta hotel untuk menyediakan fasilitas sholat, restoran bersertifikat halal. Ditambah lagi STB melakukan kolaborasi dengan penyanyi sekaligus penulis lagu Maher Zain untuk mempromosikan wisata halal di Singapura (<https://youtu.be/nIycK3fnY8w?feature=shared> diakses pada 21/08/24). Wisatawan terbanyak berasal dari China dan Indonesia, dengan Indonesia menempati peringkat kedua setelah China sebagai penyumbang wisatawan terbesar. Tidak mengherankan melihat Singapura berusaha mengakomodasi wisatawan Muslim.



Gambar 6. Youtube Maher Zain (VisitSingapore, 2024)

Wisata Halal Singapura

Pertumbuhan wisatawan Muslim adalah segmen baru yang muncul dalam sektor perjalanan, yang akan mempengaruhi industri pariwisata global. Menurut Pew Research, 1 dari 3 orang lahir antara tahun 1990 dan 2030 akan menjadi Muslim. Oleh karena itu, populasi Muslim bisa meningkat menjadi 2,2 miliar pada tahun 2030.

Islam terbukti memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap sistem sosial dan politik di tiga negara pertama, selain mempengaruhi industri pariwisata. Hal ini juga menimbulkan serangkaian tuntutan khusus dari penganutnya, tercermin dalam sebuah gerakan yang disebut pariwisata Islami yang meliputi pengembangan produk dan upaya pemasaran yang dirancang untuk dan diarahkan pada umat Islam. Kegiatan empat negara di lapangan ditinjau, mengungkapkan apresiasi terhadap volume dan nilai pasar Muslim. Namun, ada tantangan yang harus diatasi jika prospek pertumbuhan di masa depan ingin diwujudkan sepenuhnya.

Mengingat kekuatan yang melekat untuk melayani wisatawan Muslim, negara-negara anggota OKI memiliki kesempatan unik untuk mendapatkan bagian yang lebih besar dari segmen yang berkembang ini dan meningkatkan keseluruhan kedatangan wisatawan ke tempat tujuan. Kedatangan pengunjung Muslim diperkirakan mencapai 116 juta pada tahun 2014, dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi 178 juta pada tahun 2020. Ini merupakan sekitar 11,4 persen dari total kedatangan pengunjung diproyeksikan pada tahun 2020. Mengingat bahwa pada tahun 2020 umat Islam populasi akan menjadi sekitar 26 persen dari populasi dunia, pasar perjalanan Muslim pertumbuhan yang berkelanjutan setelah tahun 2020. Pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia ini di kelas menengah dan populasi yang lebih muda berarti bahwa wisatawan Muslim menjadi segmen yang signifikan dalam sektor perjalanan dan pariwisata global (Dian Safitri, 2022).

Berdasarkan faktor demografi, wisatawan muslim memiliki potensi yang cukup besar seperti negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan Timur Tengah negara yang memiliki penduduk muslim yang sangat besar dengan tipikal anak muda/produktif, berpendidikan, dan pendapatan yang besar. Tumbuhnya segmen wisata muslim memunculkan sejumlah istilah yang digunakan untuk merujuk ke segmen ini. Ini termasuk Wisata Islam, Wisata Halal, sesuai Syariah pariwisata dan jasa dan lain-lain.

Operasional Teknokrasi Media yang dilakukan *Singapore Tourism Board* dalam Upaya Promosi Lazarus Island sebagai Wisata Halal

Tidak sulit bagi Singapura untuk mengembangkan wisata halal karena 5% penduduk negara tersebut beragama Islam dan Melayu. Pemerintah Singapura sangat tertarik mengembangkan sektor ini, seperti *food court* di Bandara Internasional Changi yang memiliki area khusus dan non-halal. Industri pariwisata halal di Singapura sedang berkembang pesat, dengan pemerintah mewajibkan hotel untuk menyediakan masjid, restoran bersertifikat halal, dan banyak lagi. Wisatawan terbanyak berasal dari Tiongkok dan Indonesia, dan Indonesia merupakan negara tujuan wisata terbesar kedua setelah Tiongkok. Tidak mengherankan jika Singapura berusaha mengakomodasi wisatawan Muslim. Dalam upaya menangkap peluang, pemerintah Singapura akan terus berusaha memajukan industri pariwisata agar lebih meningkatkan perekonomian Singapura. Untuk melengkapi peran pemerintah, terdapat organisasi lain yang mendukung keberlanjutan industri pariwisata, salah satunya adalah *Singapore Tourism Board* (STB). Departemen ini merupakan badan khusus di bawah kendali Kementerian Pariwisata yang didirikan pada tahun 1964 dengan tujuan untuk aktif mendorong pengembangan lokasi dan infrastruktur pariwisata di tanah air. Misinya adalah mengembangkan dan mempromosikan pariwisata untuk menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi Singapura (Efni, 2022). Singapura telah mempertahankan identitas nasionalnya sebagai negara non-OKI yang ramah Muslim. Untuk mendorong suksesnya berjalannya industri pariwisata halal maka industri ini dikaitkan dengan industri halal. Disisi lain, wisata halal juga menjadi akselerator atau penggerak utama ekosistem makanan halal di Singapura. Sebagai negara dengan daya beli tinggi terhadap produk otomotif, minoritas Muslim Singapura semakin mempertimbangkan produk yang tidak berdosa. Permintaan konsumen berupa restoran bersertifikat halal, kafe, toko kelontong dan produk halal lainnya. Hal ini didukung oleh kekuatan pasar muslim global yang terus berkembang dan sangat menguntungkan bagi industri pariwisata karena besarnya jumlah penduduk dunia. Selain itu, standar pangan dan halal Singapura yang kuat, yang diakui oleh banyak negara di Timur Tengah dan Asia Tenggara, telah menentukan Singapura untuk memenuhi permintaan produk dan layanan berkelanjutan yang terus meningkat di dunia. Pemerintah termotivasi untuk mendirikan hotel syariah yang didirikan di Singapura, yang akan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian negara di masa depan.

Cita Rasa Mancanegara Halal

Makanan halal di Singapura tidak hanya berkisar pada hidangan Asia. Pengunjung dapat menjajal hidangan prasmanan untuk mencoba berbagai pilihan

rasa di satu tempat. Inilah sejumlah loka bersantap yang pasti menggugah selera. Aqua Marine yang berlokasi di Marina Mandarin Singapura menyuguhkan hidangan prasmanan yang terdiri dari hidangan khas Asia dan Barat. Restoran tersebut juga dikenal sebagai surga bagi pecinta seafood. Suguhan prasmanan halal lain adalah Straits Kitchen di Grand Hyatt Singapore. Hidangan khas setempat seperti nasi ayam, *laksa* (mi berkuah santan pedas), dan masih banyak lagi di dalam restoran bernuansa pasar modern. Kudapan yang digemari masyarakat setempat serta suguhan khas bercita rasa modern dapat dijumpai di Asian Market Café yang memfokuskan diri pada hidangan khas Tionghoa, Melayu, India, dan Jepang juga mencoba hidangan khas Singapura, yakni chilli crab Singapura. Ada banyak tempat wisata bersejarah yang tersebar di seluruh Singapura terutama di Distrik Bersejarah, Kampong Glam (Arab Street), Chinatown, Orchard Road dan Little India.

Bandara Terdekat

Bandara Changi Singapura adalah salah satu bandara tersibuk di Asia Tenggara. Dapat dicapai dari bandara kota dengan berbagai sarana transportasi. Terminal bus terletak di lantai dasar Terminal 1, 2 dan 3. Bus tersedia mulai pukul 06:00 hingga 12:00 dan tarif sekali jalan mulai dari \$2. Terdapat stasiun kereta api antara terminal 2 dan 3, namun penumpang harus berganti kereta di stasiun Tanah Merah untuk kereta menuju kota. Taksi adalah cara terbaik untuk pergi dari bandara ke kota. Pada siang hari, biaya perjalanan satu arah ke pusat kota antara \$20 dan \$30.

Restoran Halal di Singapura

Ada banyak restoran halal di Singapura yang menawarkan beragam hidangan. Beberapa restoran terbaik di Singapura antara lain Perdana Muslim Seafood, Restoran Al Azhar, BBQ Chicken, Botak Favorites dan masih banyak lagi. Sebagian besar rantai makanan internasional di Singapura memiliki sertifikasi Halal, seperti Pizza Hut, Long John Silver, McDonald's, Kopi Beans, dll.

Masjid di Singapura

Singapura memiliki lebih dari 70 masjid. Masjid Omar Kampong Melaka adalah masjid tertua di Singapura. Masjid Sultan adalah masjid agung yang terletak di Jalan Arab. Masjid-masjid besar lainnya di kota ini termasuk Masjid Malabar, Masjid Abdul Gaffoor, Masjid Hajjah Fatimah, dan masjid lainnya. Masjid ini terletak di lokasi utama dan dapat terlihat dengan mudah. Pengunjung juga dapat menanyakan kepada penduduk setempat tentang alamat masjid-masjid di Singapura. Berikut beberapa tempat yang dapat dikunjungi wisatawan saat di Singapura:

- Lazarus Island
- Masjid Sultan

- Singapore Zoo
- Sentosa Island
- Night Safari
- Bukit Timah Nature Reserve
- Jurong Bird Park
- National Orchid Garden
- Singapore Botanical Gardens
- Gardens By The Bay
- Singapore City Gallery
- Esplanade
- Jendela Gallery
- National Museum of Singapore
- Peranakan Museum
- Marina Bay
- MacRitchie Nature Trail

Singapura meningkatkan pelayanannya untuk wisatawan Muslim dengan kampanye besar yang akan diluncurkan. Berbagi berita dalam sesi panel kemarin di ATF 2020, *Singapore Tourism Board* (STB) mengumumkan bahwa mereka akan bekerja sama dengan platform pemesanan *Have Halal Will Travel* (HHWT) dan perusahaan riset Crescent Rating pada serangkaian produk pariwisata dan penargetan jaminan pemasaran Wisatawan Muslim di seluruh Asia.

Masyarakat muslim sebanyak 14 persen dari populasi penduduk Singapura. Sehingga tidak mengherankan jika negara pulau ini menawarkan banyak berbagai pengalaman pariwisata ramah Muslim. Banyak dari ini telah disertifikasi Halal oleh MUIS, juga dikenal sebagai Dewan Agama Islam Singapura (Majlis Ulama Islam Singapura).



Gambar 7. Pemandangan di Lazarus Island STB (Alfi, 2022)

Lazarus Island adalah permata tersembunyi di Kepulauan Selatan Singapura, yang menawarkan pelarian damai dari hiruk-pikuk kota. Meski dekat dengan Singapura, banyak orang yang belum mengetahui keindahan tenangnya serta fitur-fitur uniknya. Pulau ini

dikenal karena lanskap alamnya yang masih terjaga, dengan hamparan hijau, air jernih, dan pantai yang bersih. Uniknya, Lazarus Island dulunya dikenal dengan nama Pulau Sekijang Pelepah, yang berarti "Pulau Satu Rusa Menggonggong dan Pohon Palem," yang menunjukkan sejarah alamnya yang kaya.

Pulau ini masih tergolong belum banyak dikembangkan, namun hal tersebut justru menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka yang mencari tempat liburan yang tenang. Aktivitas seperti berkemah, berenang, dan menjelajahi jalur alam dapat dinikmati di sini. Akses ke Lazarus Island cukup mudah, hanya dengan naik feri dari Marina South Pier, lalu berjalan kaki sekitar 15-20 menit melalui jalan setapak buatan dari Pulau St. John's yang berdekatan. Jalur ini menawarkan pemandangan indah, sehingga perjalanan ke pulau ini menjadi bagian dari pengalaman yang menyenangkan.

Salah satu fakta menarik yang tidak banyak diketahui tentang Lazarus Island adalah tidak adanya fasilitas komersial di sana. Pengunjung diharapkan membawa keperluan mereka sendiri seperti makanan dan minuman. Selain itu, penting untuk diingat bahwa kegiatan berkemah, merokok, dan membawa hewan peliharaan tidak diperbolehkan untuk menjaga ekosistem pulau tetap terjaga. Bagi para wisatawan yang mencari pengalaman yang lebih tenang dan alami, Lazarus Island adalah surga tersembunyi yang menunggu untuk dijelajahi.

KESIMPULAN

Singapore Tourism Board (STB) memiliki peran penting dalam mendukung sektor pariwisata sebagai salah satu pilar ekonomi Singapura, menyumbang sekitar 4% dari PDB negara tersebut. Dalam upayanya mengembangkan pariwisata halal, STB secara aktif mempromosikan Singapura sebagai tujuan yang ramah bagi wisatawan Muslim, dengan menyediakan layanan sesuai dengan prinsip-prinsip halal, seperti makanan halal, fasilitas ibadah, dan hotel bebas alkohol. Lazarus Island, sebagai destinasi baru yang terletak di Kepulauan Selatan Singapura, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata halal. Meskipun belum banyak dikenal, Lazarus Island menawarkan keindahan alam yang masih alami dan lingkungan yang tenang, yang bisa diintegrasikan dengan konsep wisata halal. Dengan membangun fasilitas halal seperti restoran bersertifikat halal dan tempat ibadah, serta mempromosikannya secara masif melalui teknokrasi media, Lazarus Island dapat menjadi daya tarik wisata baru, khususnya bagi wisatawan Muslim dari negara-negara tetangga seperti Indonesia, Malaysia, dan Brunei.

Oleh karena itu, STB perlu memanfaatkan potensi besar Lazarus Island dalam memperluas pasar wisata halal. Tidak hanya peran pemerintah, tetapi masyarakat, khususnya

generasi muda terpelajar, juga bisa berperan aktif dalam promosi wisata ini melalui media sosial dan platform digital lainnya. Inisiatif ini akan mendukung pertumbuhan pariwisata halal, sekaligus memperkuat posisi Singapura sebagai destinasi wisata kelas dunia yang inklusif bagi semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afni R., & Rifda Z. (2022). *Competitive Advantage Industri Pariwisata Halal Singapura Dalam Berdaya Saing di Asia Tenggara. Journal of International Studies*. (Vol. 7)
- Anggraini P., & Finisica D. (2021). *Promoting Halal Tourism: Penggunaan Digital Marketing Communication dalam Pengembangan Destinasi Wisata Masjid. Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*. (Vol. 2)
- Ariyanto, P. (2014). Strategi *Singapore Tourism Board* dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Asal Indonesia Ke Singapura Pasca Krisis Global Tahun 2008. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 2(1), 149–158. Diambil dari www.swamajalah.com
- CyberSulutNews. (2023, Februari). Target 14 Juta Wisatawan, Singapura Hadirkan Destinasi dan Pengalaman Menarik, Si Ting : Ayo Visit Singapore.
- Dian Safitri. (2022). Pengembangan Wisata Halal Oleh Pemerintah Singapura untuk Menarik Minat Wisatawan Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*. (Vol. 9)
- Dwi Sahputri, E. (2023). Pengelolaan Media Sosial sebagai Strategi Pemasaran Digital pada Pengembangan Pariwisata Halal di Gampong Keude Unga. *Jurnal Riset dan Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 196–206. <https://doi.org/10.22373/jrpm.v3i2.2935>
- Dwimawanti, I. H., & Sidiq, A. F. (2019). *Manajemen Pariwisata Oleh Dinas Kepemudaan, Olahraga Dan Pariwisata Kabupaten Pekalongan (Studi Pada Objek Wisata Kepemilikan Pemerintah Kabupaten Pekalongan)*. 1–16.
- Fadhlan, M., Ganjar, D., & Subakti, E. (2022). Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia dan Dunia. *Indonesian Journal of Halal*, 5(1), 76–80.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Ferdiansyah, H., Endyana, C., Rachmat, H., & Khadijah, U. L. S. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep *Smart Tourism*. *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), 30–34. Diambil dari <http://travel.kompas.com>
- GMTI. (2019). *10 Peringkat destinasi pariwisata halal negara non-Muslim terbaik tahun 2019*.
- Hasan, H. A. (2022). Pariwisata Halal: Tantangan Dan Peluang Di Era New Normal. *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1), 54–66.
- Mahnun, N. (2012). Media Pembelajaran (Kajian terhadap Langkah-langkah Pemilihan Media dan Implementasinya dalam Pembelajaran). *Jurnal Pemikiran Islam*, 37(1), 27–35.
- Muchlisin Riadi. (2023, Mei 20). Wisata Halal (*Halal Tourism*) - Pengertian, Prinsip, Syarat dan Kriteria.
- Muhammad S., Kamaruzzaman., & Harjoni D. (2022). Pengembangan Wisata Islami: Strategi Pemasaran Wisata Halal di Bumi Syariah. *Jurnal Akuntansi*. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.767>



- Muis, A. R. C., & Aisyah, R. Z. (2022). Competitive Advantage Industri Pariwisata Halal Singapura Dalam Berdaya Saing di Asia Tenggara. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 54–77. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.4>
- Nabilah Muhamad. (2023, Juni 6). Destinasi Ramah Wanita Muslim Terbaik di Negara Non-OKI (2023).
- Rahardi Mahardika. (2019). Strategi Pemasaran Wisata Halal. *Jurnal Hukum Islam*.
- Safitri, D. (2022). Pengembangan Wisata Halal Oleh Pemerintah Singapura Untuk Menarik Minat Wisatawan Indonesia. *JOM FISIP*, 9(1), 1–16. Diambil dari <https://www.jawapos.com/wisata-dan->
- Sari, A. A. P., & Habib, M. A. F. (2023). Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(17), 41-58.
- Shantti, P., Dwiputra, A., Tasya, &, & Sarira, V. (2023). Biodiversity Record: Sea lettuce (*Ulva* sp.) bloom on beach at Lazarus Island. *Nature in Singapore*, 1–3. <https://doi.org/10.26107/NIS-2023-0011>
- Tanujaya, C. (2017). Perancangan Standart Operational Procedure Produksi Pada Perusahaan Coffeein. Dalam *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* (Vol. 2).
- Yan, L. S. (2014). Pariwisata Halal: Dunia Baru Untuk Industri Pariwisata. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial Asia*, 643.
- Yolanda, & Wijanarko, D. H. (2018). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Merek Aqua Serta Implikasinya terhadap Citra Merek di Fakultas Ekonomi Universitas Borobudur. *Jurnal Manajemen*, 06(1A), 88–108.
- .