

## INTISARI

Perkembangan industri kreatif dan sinergitas yang kuat dengan sektor pariwisata mendorong munculnya *Event organizer* sebagai salah satu *stakeholder* dalam industri ini. Pelaksanaan *event* besar tahunan merupakan salah satu bukti eksistensi *Event organizer* sebagai penyusun *event* tersebut. Perkembangan *event organizer* di ibu kota menjadi salah satu latar belakang munculnya *event organizer* di kota lain, salah satunya Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui peran *Sales Marketing* dalam penyelenggaraan acara *Literally Disco* oleh The Neativ Space Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu observasi dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 3 peran yang dilakukan *Sales Marketing* The Neativ Space pada acara *Literally Disco*. Peran pertama adalah peran *Pra-Event* yang meliputi penawaran produk, *talent* yang digunakan, lokasi, dan lain-lain. Selain itu peran pertama ini juga mendiskusikan proyeksi acara *Client* dan *Event Organizer*. Selain diskusi terkait proyek acara, *Pra-event* juga merupakan peran yang berisikan mengenai diskusi harga untuk penentuan harga yang akan disepakati oleh kedua belah pihak yaitu oleh *Client* dan penyelenggara acara. Peran kedua adalah peran *The Event*. Peran ini merupakan peran yang memastikan kelangsungan acara seperti memonitor berjalannya acara, memastikan terpenuhinya keinginan *client*, dan publikasi acara yang sedang berlangsung. Peran ketiga adalah peran *post-event* yaitu peran yang menjalin *customer relationship* dan melakukan evaluasi acara secara keseluruhan.

**Kata kunci:** *Event organizer*, The Neativ Space, *Sales Marketing*, Literally Disco

## ABSTRACT

The development of the creative industry and strong synergy with the tourism sector encourages the emergence of event organizers as one of the stakeholders in this industry. The implementation of major annual events is one proof of the existence of the event organizer as the organizer of the event. The development of event organizers in the capital city is one of the reasons for the emergence of event organizers in other cities, one of the city is Yogyakarta. The purpose of this study is to determine the role of sales marketing in organizing the Literally Disco event by The Neativ Space Yogyakarta as event organizer. The research method used in this research is descriptive qualitative method with data collection techniques are observation and interviews. The results showed that there were 3 roles performed by Sales Marketing The Neativ Space at the Literally Disco event. The first role is the Pre-Event role which includes product offerings, talents used, location, and others. In addition, this first role also discusses projections of Client and Event Organizer events. Beside project discussion, this role also discusses the pricing that will be agreed upon by both parties, namely by the client and the event organizer. The second role is the role of The Event. This role is a role that ensures the continuity of events such as monitoring the progress of the event, ensuring the fulfillment of client wishes, and publication of ongoing events. The third role is the post-event role, namely the role that establishes customer relationships and evaluates the event as a whole.

***Keywords: Event organizer, The Neativ Space, Sales Marketing, Literally Disco***