

ABSTRAK

Balik Arah Coffee merupakan *coffee shop* yang baru melakukan perpindahan tempat sehingga pemilik Balik Arah Coffee ingin menyelenggarakan suatu *event* yang bertujuan untuk peresmian tempat baru, dapat membangun *brand awareness* dari khalayak luas, serta menghidupkan kembali *coffee shop* dan *event* di masa endemi. Steven Wijaya selaku pemilik Balik Arah Coffee memutuskan untuk menyelenggarakan *event* kompetisi antar barista dalam membuat kopi secara manual yang dinamakan dengan BATTLE V60. *Event* yang diselenggarakan oleh Balik Arah Coffee memiliki standar nasional dengan teknik penilaian *compulsory* dan *open service* dari juri tingkat nasional dan internasional yang mana merupakan pertama yang diselenggarakan di daerah Kota Bekasi khususnya Grand Galaxy City. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengelolaan atau manajemen *event* BATTLE V60. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi terhadap media sosial Balik Arah Coffee. Landasan konsep yang digunakan dalam penelitian ini ialah Manajemen *Event* oleh (Goldblatt, 2013) yang berisikan 5 tahapan yaitu *Research, Design, Planning, Coordinating, dan Evaluation*. Kesimpulan dalam penelitian ini ialah peneliti melakukan penelitian terhadap *event* BATTLE V60 yang diselenggarakan oleh Balik Arah Coffee dengan menggunakan konsep Manajemen *Event* yang dikemukakan oleh (Goldblatt, 2013), meski demikian tim penyelenggara *event* masih harus memperhatikan evaluasi untuk *event* selanjutnya.

Kata Kunci: *Event, Event BATTLE V60, Balik Arah Coffee, Pengelolaan Event*