

ABSTRAK

Event merupakan salah satu sektor dari Industri Kreatif. adanya pandemi covid-19 membuat para penggiat *event* mulai beradaptasi dengan keterbatasan tersebut, dengan itu *event* Swashatara 2022 berusaha untuk tetap memberikan inovasi untuk berkarya dengan beradaptasi di era *new normal*. Dengan itu adanya transisi *new normal*, sektor *event* berusaha beradaptasi dengan keadaan saat ini memberikan peluang, khususnya penggiat *event* untuk bangkit dari keterpurukan, dengan berinovasi menggunakan teknis secara *offline*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *event management* yang dilakukan oleh *event* Swashatara 2022 di tengah situasi *new normal* yang melonggarkan beberapa aturan pembatasan tetapi tetap pada protokol dan peraturan yang berlaku. Teori yang digunakan pada penelitian ini menggunakan tahapan *event management* yang dikemukakan oleh Goldblatt yaitu dengan lima tahapan yaitu *research, design, planning, coordinating, evaluating*. Metode yang digunakan yaitu studi kasus menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Metode yang digunakan yaitu studi kasus menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Hasil dari penelitian ini yaitu *event* Swashatara 2022 mengaplikasikan proses tahapan pengelolaan manajemen *event* dengan teori Joe Goldblatt yaitu *research, design, planning, coordinating, evaluating*. dengan menggunakan *Pull* dan *Push Strategy*.

Kata Kunci: Manajemen *Event*, *New normal*, Strategi *Event Management*, Swashatara 2022