

## Abstrak

Saat ini sektor pariwisata sudah mulai bangkit lagi setelah adanya pandemi Covid-19. Dengan bangkitnya perekonomian sektor pariwisata, sudah banyak acara-acara yang diselenggarakan khususnya konser musik. Bisnis yang saat ini sedang gencar-gencarnya bangkit di bidang pariwisata adalah bisnis di bidang *event*. Dalam sebuah event musik pastinya juga terdapat peran dari para sponsor. Tugas sponsor secara umum adalah memberi dukungan kepada para *event* promotor berupa uang maupun barang untuk membantu jalannya *event*, begitupun juga dengan *event* promotor akan mendisplay barang dari sponsor untuk mencapai keuntungan bersama. Sponsorship merupakan hubungan bisnis antara penyedia dana, sumber daya atau layanan dan individu, acara atau organisasi yang menawarkan hak pengembalian dan asosiasi yang dapat digunakan untuk keuntungan komersial dengan imbalan investasi sponsor. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana mekanisme dan elemen terjadinya sponsor pada PT. Sehulu Kreasi Internasional terhadap keberlangsungan Tau-tau *Music Festival*. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara.

Kata Kunci: *Event Promotor, Event Sponsor-fit, Sponsorship*

## Abstract

*Currently the tourism sector has begun to revive again after the Covid-19 pandemic. With the rise of the tourism sector's economy, many events have been held, especially music concerts. The business that is currently being intensively revived in the tourism sector is the event business. In a music event, of course there is also the role of the sponsors. The sponsor's task in general is to provide assistance to the event promoter in the form of money or goods to help run the event, as well as the event promoter will display goods from the sponsor to achieve mutual benefits. Sponsorship is a business relationship between a provider of funds, resources or services and an individual, event or organization offering returns and association rights that can be used for commercial gain in exchange for the sponsor's investment. Therefore, this study aims to see how the mechanism and element of sponsorship occurs on PT. Sehulu International Creation for the continuation of the Tau-Tau Music Festival. This study uses a qualitative method approach, with a data collection method using interviews.*

*Keywords: Event Promoter, Event Sponsor-Fit, Sponsorship*

