

ABSTRAK

Seiring perkembangan zaman dan teknologi yang cepat seperti saat ini, membuat kreativitas juga mengalami perkembangan yang cepat. Hal ini menyebabkan banyaknya komunitas kreatif yang bermunculan dan mengadakan berbagai acara kreatif di ruang publik, atau *creative hub*. Salah satu *creative hub* yang ada di Jakarta ialah M Bloc Space. M Bloc Space juga menggunakan berbagai kegiatan komunikasi pemasaran terpadu untuk menarik target audience. Penelitian ini membahas berbagai macam kegiatan komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh M Bloc Space sebagai *creative hub*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi, kepada empat informan terkait. Teknik pengumpulan data sekunder menggunakan studi *literature* dan sumber *online*. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu hubungan masyarakat, pengalaman pemasaran, pemasaran interaktif dan media sosial. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan humas yang dilakukan M Bloc Space adalah membuat narasi yang kemudian disebarakan ke khalayak ramai. Pemasaran melalui pengalaman diciptakan M Bloc Space melalui acara musik, edukasi, serta acara kebudayaan. Pemasaran interaktif dilakukan melalui *website* resmi. Media sosial digunakan sebagai media interaksi antara pihak M Bloc Space dengan *audience*.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Pemasaran Terpadu, Creative Hub.