

ABSTRAK

Kreatif dalam salah satu kebutuhan dasar manusia juga dikenal sebagai aktualisasi diri yaitu kebutuhan tertinggi manusia. Pada dasarnya, setiap orang dilahirkan ke dunia dengan potensi kreatif. Aktivitas dapat diidentifikasi dan melalui pendidikan yang tepat. Adanya tempat sebagai ruang kreatif mengetahui *creative hub* yaitu M Bloc Space yang dimana tempat tersebut sebagai hub bagi bidang industri kreatif dan menyajikan juga tempat tersebut mengetahui ada tenant *shophouse* yang menjual *food and beverage* serta *non beverage*. Akan tetapi masyarakat kurang mengenal bahwa M Bloc Space sebagai ruang kreatif mengetahui *creative hub* sehingga media promosi M Bloc Space space kurangnya, minimnya publikasi media menjangkau secara luas dan tidak semua kalangan. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, menyebar kuesioner kepada masyarakat Jakarta dan luar Jakarta dan terakhir melakukan studi Pustaka. Tujuan dirancangnya ini adalah melakukan strategi pesan utama dalam promosi dan strategi visual dan media yang sesuai dengan *target audiens* yaitu anak muda. Perancangan promosi ini berdasarkan data yang didapatkan sehingga dapat menggunakan strategi pesan dan media yang akan dilakukan dengan berjalan baik kedepannya untuk target audiens sehingga sampai dengan tujuannya.

Kata kunci: Kreatif, Promosi, M Bloc Space