

## ABSTRAK

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang cukup padat akan penduduknya, Sebagian besar masyarakat di Kota Bandung adalah pekerja di bidang kreatif. Oleh karena itu banyak dari masyarakat kota Bandung yang merasa butuh suatu tempat untuk melepaskan rasa jenuh dan berkolaborasi antara komunitas atau pelaku di bidang industri kreatif lainnya. *The Hallway Space* adalah salah satu *creative space* yang berdiri di kota Bandung. Karena masih banyak yang belum mengetahui adanya *The Hallway Space* ini maka untuk memperluas informasi dibutuhkan video promosi. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam perancangan ini adalah observasi, wawancara, studi pustaka dan kuisisioner. kemudian dilanjutkan dengan menggunakan analisis matriks perbandingan, analisis data kuisisioner, analisis data wawancara. Hasil perancangan yang telah di buat akan dipergunakan untuk, mempromosi *The Hallway Space* agar menciptakan suatu citra yang lebih baik dan dapat meningkatkan minat khalayak umum untuk datang ke *creative space* ini.

Kata kunci : *Creative space*, Bandung, Video, Promosi.