

ABSTRAK

Creative Hub hadir menjadi sebuah *trend* yang diindikasikan oleh peningkatan jumlah *Creative Hub* pertahunnya. Salah satu *Creative hub* yang ada di Kota Bandung adalah Hallway Space. Hallway Space menggunakan Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam mengkomunikasikan *main idea* yang dimilikinya agar dapat bersaing dengan *Creative Hub* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang strategi komunikasi pemasaran terpadu yang dilakukan oleh Hallway Space. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data primer menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi, kepada tiga informan terkait. Teknik pengumpulan data sekunder menggunakan studi literatur dan sumber online. Teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan triangulasi sumber. Diketahui bahwa pada tahap perencanaan strategi, Hallway Space ingin khalayak mengetahui bahwa mereka adalah wadah bagi industri kreatif lokal. Pada tahap implementasi, Hallway Space menggunakan *sales promotion, public relation, word of mouth, dan event and experiences*. Pada tahap evaluasi, Hallway Space mengukur hasil akhir berdasarkan data yang diperoleh dan menarik kesimpulan dari data tersebut.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Pemasaran Terpadu, *creative hub*.