

ABSTRAK

Paulina Octavia Verena (00000024803)

ANALISIS BAURAN PEMASARAN 4P PADA RUANG PUBLIK KREATIF M BLOC SPACE DI JAKARTA

(xiii + 65 halaman: 14 gambar; 2 tabel; 4 lampiran)

Perangkat serta cara melihat sudut pandang agar memberi keyakinan pada target pasar dalam pemasaran salah satunya yaitu dengan menggunakan pendekatan bauran pemasaran 4P, Produk (*Product*), Promosi (*Promotion*), Harga (*Price*) dan Tempat (*Place*). Keempat aspek ini saling berkaitan satu dengan lainnya. Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi bauran pada ruang publik kreatif di Jakarta. M Bloc Space sebagai ruang publik kreatif yang baru, berhasil menarik perhatian kaum *millennials* di kota Jakarta karena keunikan spesifikasi yang dimilikinya, yang menyediakan berbagai macam ruang kreatif. Penelitian ini menganalisis strategi bauran pemasaran pada ruang publik kreatif M Bloc Space dengan menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah M Bloc Space merupakan ruang publik kreatif yang menyediakan jasa tempat untuk para tenant dan komunitas untuk menjual barang dari UKM produk lokal. Dalam aspek promosi, M Bloc Space mengutamakan *digital asset* karena target pasarnya yaitu kaum *millennials*, pendekatan promosi dilakukan juga dengan bekerja sama dengan radio lokal. Ruang yang disediakan dapat disewa dengan patokan harga yang telah disesuaikan dengan biaya operasional, namun selama pandemi ini memberikan potongan harga untuk penyewaan. Strategi harga ini untuk diambil untuk mendorong permintaan para penyewa meningkat. Produk M Bloc Space tersedia di berbagai kanal penjualan, dapat melalui sosial media maupun datang secara langsung. Letak M Bloc Space cukup fleksibel karena bisa diakses dengan MRT, bis, ojek *online* juga kendaraan pribadi. Hasil penelitian ini memberi banyak informasi tentang bagaimana strategi ruang publik kreatif dapat bertahan di masa pandemi.

Kata Kunci: Ruang Publik Kreatif, Komunitas Kreatif, Bauran Pemasaran, 4P, Produk, Harga, Promosi, Tempat.

Referensi: 34 (2012-2021)