

SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CREATIVE HUB
(STUDI KASUS JNM BLOC)**

*MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF A CREATIVE HUB
(A CASE STUDY OF JNM BLOC)*



Disusun Oleh

Bernadetha Adelia Chrysanta Aryanto

22/498956/SP/30959

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS GADJAH MADA
YOGYAKARTA**

2026



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CREATIVE HUB (STUDI KASUS JNM BLOC)

Bernadetha Adelia Chrysanta Aryanto, Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN CREATIVE HUB (STUDI KASUS JNM BLOC)

Disusun Oleh:

Bernadetha Adelia Chrysanta Aryanto

22/498956/SP/30959

Skrripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan tim penguji
Departemen Ilmu Komunikasi FISIPOL UGM
Pada tanggal **6 Mei 2026**
di Ruang Sidang Departemen Ilmu Komunikasi

Tim Penguji

Ketua Penguji / Dosen Pembimbing

Adam Wijoyo Sukarno, S.I.P., M.A.

NIP. 111197801201304101

Penguji I

Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.

NIP. 196108301990031001

Penguji II

Lidwina Mutia Sadasri S.I.P, M.A.

NIP. 111198702201501201

Mengetahui,

**Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada**

Prof. Nyarwi Ahmad, Ph.D.

NIP. 197901092008121002