ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan manikmaya. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis komunikasi pemasaran yang dilakukan penerbit manikmaya dalam mengenalkan dan mempromosikan Board game dengan konten Indonesia kepada masyarakat umum. penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan didukung dengan paradigma konstruktivisme. Data yang didapat dalam penelitian ini berasal dari wawancara langsung, studi pustaka, dokumentasi audio dan visual serta observasi. Terdapat dua orang informan utama dalam penelitian ini. Pembahasan penelitian difokuskan pada kegiatan bauran komunikasi pemasaran apa saja yang dilakukan manikmaya dalam menjual boardgame dengan konten Indonesia. bauran komunikasi terdiri dari iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan pemasaran langsung. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa manikmaya melakukan semua bentuk bauran komunikasi pemasaran dan saling berkaitan. Ketika manikmaya melakukan penjualan personal yaitu mengisi sebuah acara selain menawarkan board game dan cara bermain juga melakukan promosi penjualan yaitu memberikan voucher sekaligus. Terkadang mengundang media untuk meliput acara yang manikmaya isi sebagai bentuk hubungan masyarakat dan mengedukasi masyarakat tentang board game dari indonesia.

Kata kunci: Manikmaya, board game, komunikasi pemasaran