

**IMPLEMENTASI MODEL SOSTAC DALAM KOMUNIKASI
PEMASARAN ZABUNCH BREAKFAST AND BURGER YOGYAKARTA**

SKRIPSI SKEMA INTERNSHIP



Disusun oleh:

Nama Mahasiswa: Flarista Aurelin Nareswari

NIM: 20.96.2006

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**IMPLEMENTASI MODEL SOSTAC DALAM KOMUNIKASI
PEMASARAN ZABUNCH BREAKFAST AND BURGER YOGYAKARTA**

SKRIPSI SKEMA INTERNSHIP

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Nama Mahasiswa: Flarista Aurelin Nareswari
NIM: 20.96.2006

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI SKEMA INTERNSHIP

Implementasi Model Sostac Dalam Komunikasi Pemasaran Zabunch Breakfast And Burger Yogyakarta

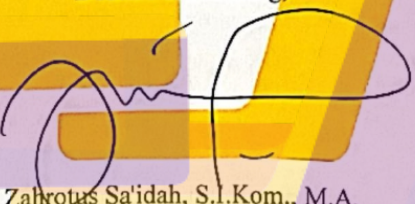
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Flarista Aurelin Nareswari
NIM 20.96.2006

telah disetujui oleh
Dosen Pembimbing
Skripsi pada 10 Februari

2025

Dosen Pembimbing,


Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302448

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI SKEMA INTERNSHIP

IMPLEMENTASI MODEL SOSTAC DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN ZABUNCH BREAKFAST AND BURGER YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Flarista Aurelin Nareswari
NIM 20.96.2006

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 20 November 2025

Nama Penguji Tanda Tangan

Alvian Alrasid Ajibulloh.,
S.IKom., M.IKom_NIK.
190302486

Anggun Anindya S.,
S.IKom., M.IKom_NIK.
190302661

Zahrotus Sa'idah,
S.IKom., M.A_NIK.
190302448

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
persyaratan Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.IKom) (20 November 2025)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, Ph.D.
NIK. 190302125

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 1 Desember 2025


Elarista Aurelin Nareswari
NIM 20.96.2006

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Implementasi Model SOSTAC dalam Komunikasi Pemasaran Zabunch Breakfast and Burger Yogyakarta”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

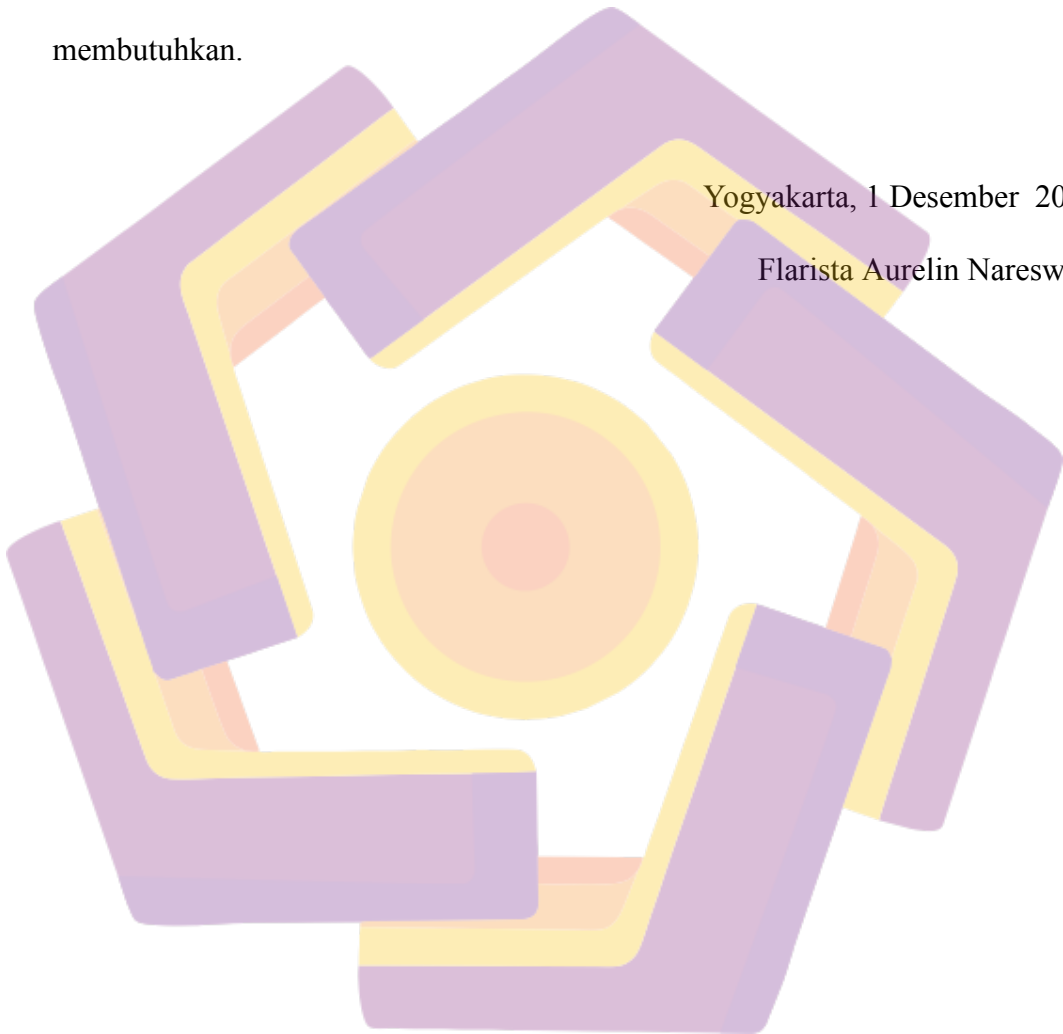
1. Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Alvian Alrasid Ajibulloh, S.I.Kom., M.I.Kom., dan Anggun Anindya S, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan kritik membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
- 5.
6. Pihak Zabunch Breakfast and Burger Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan dan informasi untuk kebutuhan penelitian ini.

7. Orang tua, keluarga, serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan doa dalam setiap proses yang penulis jalani.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri, pihak akademisi, serta pembaca yang membutuhkan.

Yogyakarta, 1 Desember 2025

Flarista Aurelin Nareswari

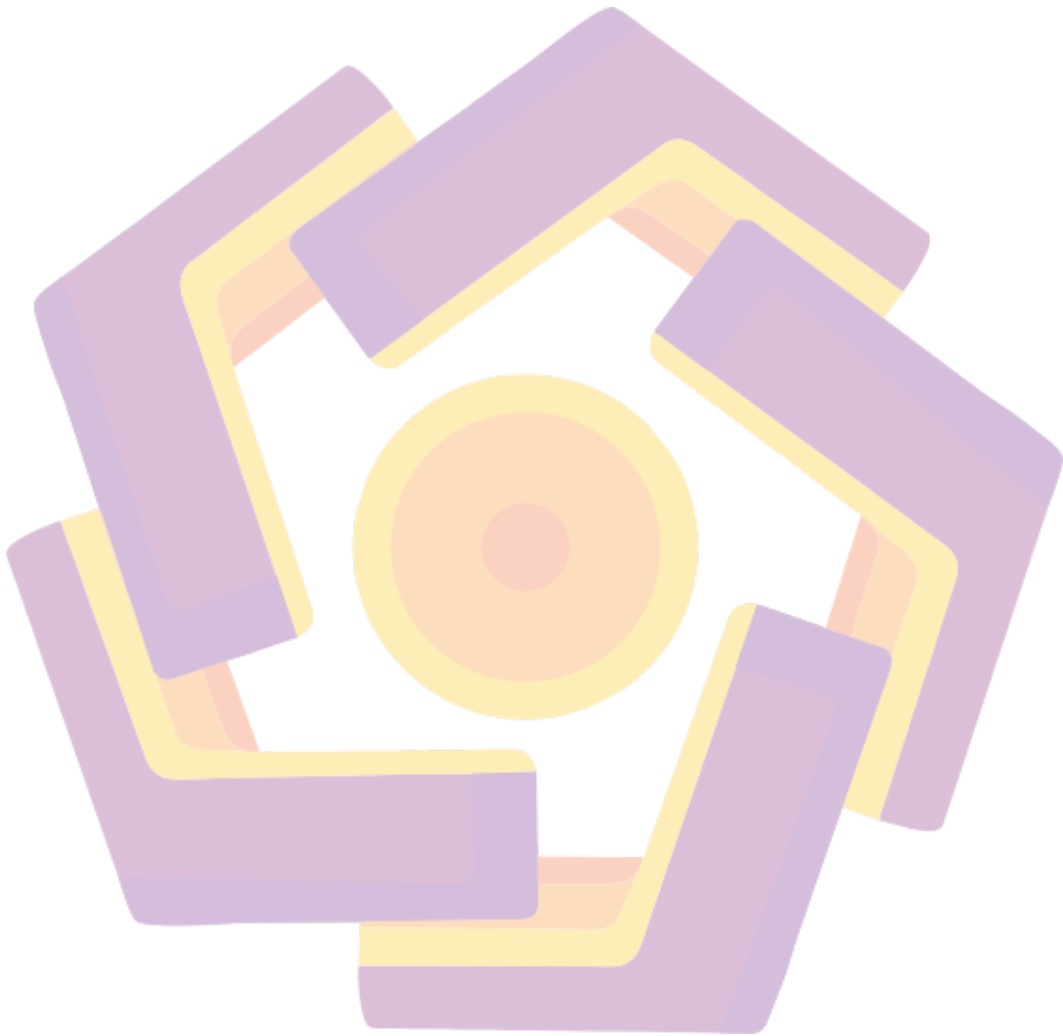


DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
ABSTRACT.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
2.1. Tujuan.....	7
2.2. Manfaat.....	7
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teoritis dan Konseptual.....	9
2.2. Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III.....	19
METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1. Jenis Penelitian.....	20
3.3. Lokasi Penelitian.....	20
3.4. Subjek Penelitian.....	20
3.5. Objek Penelitian.....	20
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.7. Teknik Triangulasi Data.....	21
3.8. Teknik Analisis Data.....	22
BAB IV.....	23
ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1. Profil Institusi Magang.....	25
4.3. Pembahasan.....	34
BAB V.....	41
PENUTUP.....	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	49

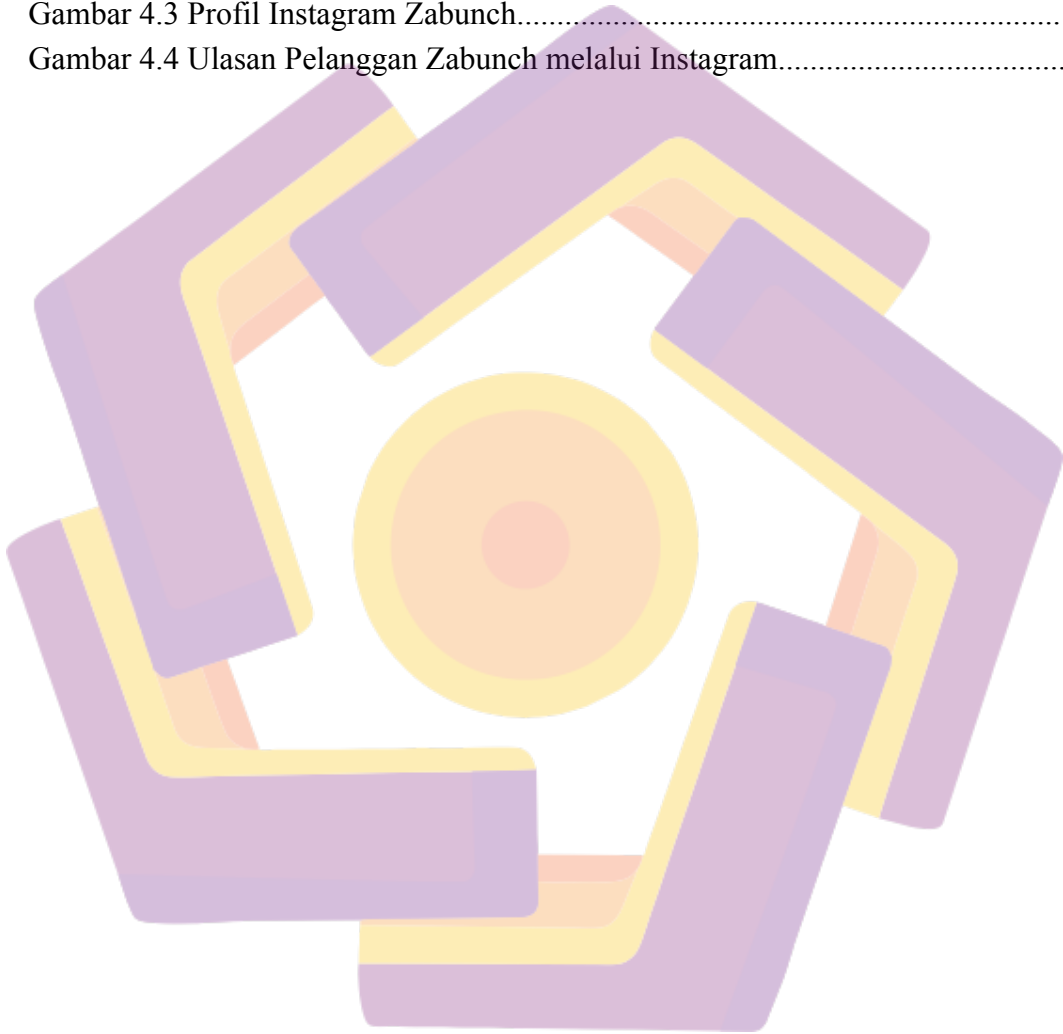
DAFTAR TABEL

2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	27
-------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model IMC.....	24
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 4.1 Gerai Zabunch Breakfast and Burger.....	37
Gambar 4.2. Struktur Perusahaan Zabunch Breakfast and Buger.....	38
Gambar 4.3 Profil Instagram Zabunch.....	41
Gambar 4.4 Ulasan Pelanggan Zabunch melalui Instagram.....	43



ABSTRACT

This study aims to analyze the implementation of the SOSTAC model in the marketing communication strategy carried out by Zabunch Breakfast and Burger Yogyakarta to enhance promotional effectiveness and consumer appeal. The SOSTAC model—comprising Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, and Control—is used as an analytical framework to understand how the company conducts its planning, execution, and evaluation stages of marketing communication. This research employs a descriptive qualitative approach with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The findings indicate that Zabunch has successfully implemented most elements of the SOSTAC model, particularly in the strategy and tactics stages, such as utilizing Instagram and collaborative content to build brand awareness. However, the study also reveals that the evaluation aspect in the control stage has not been carried out optimally, resulting in performance measurement that remains manual and unstructured. This study concludes that applying the SOSTAC model can assist culinary MSMEs in developing more systematic and measurable marketing communication strategies.

Keywords: *SOSTAC, Marketing Communication, Zabunch Breakfast and Burger*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi model SOSTAC dalam strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Zabunch Breakfast and Burger Yogyakarta dalam upaya meningkatkan efektivitas promosi dan daya tarik konsumen. Model SOSTAC yang terdiri dari Situation Analysis, Objectives, Strategy, Tactics, Action, dan Control digunakan sebagai kerangka analisis untuk memahami bagaimana proses perencanaan hingga evaluasi komunikasi pemasaran dilaksanakan oleh perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Zabunch telah menerapkan sebagian besar elemen SOSTAC dengan baik, khususnya pada tahap strategi dan taktik, seperti pemanfaatan media sosial Instagram dan kolaborasi konten untuk membangun brand awareness. Namun, ditemukan bahwa aspek evaluasi pada tahap control belum dilakukan secara optimal sehingga pengukuran kinerja komunikasi pemasaran masih bersifat manual dan tidak terstruktur. Penelitian ini memberikan pemahaman bahwa penerapan model SOSTAC dapat membantu UMKM kuliner dalam merencanakan strategi komunikasi pemasaran yang lebih sistematis dan terukur.

Kata Kunci: SOSTAC, Komunikasi Pemasaran, Zabunch Breakfast and Burger