

# **“STRATEGI MARKETING COMMUNICATION DENGAN METODE SOSTAC PADA XAVIER MARKS DARMO”**

**(Studi Evaluatif Pada Xavier Marks Darmo)**

## **SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik

Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



**OLEH:**

**Tannesia Pramitasari**

1151800216

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**

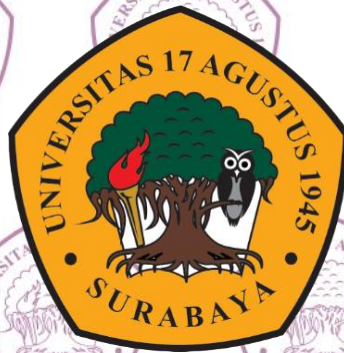
**“STRATEGI MARKETING COMMUNICATION DENGAN  
METODE SOSTAC PADA XAVIER MARKS DARMO”**

**(Studi Evaluatif Pada Xavier Marks Darmo)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

**Tannesia Pramitasari**

1151800216

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2022**


## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tannesia Pramitasari  
NBI : 1151800216  
Judul : Strategi Marketing Communicatin Dengan Metode SOSTAC  
Pada Xavier Marks Darmo (Studi Evaluatif Pada Xavier Marks  
Darmo)


Surabaya, 23 Desember 2022

**Mengetahui,**  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu  
Politik Universitas 17 Agustus  
Surabaya 1945 Surabaya

**Disetujui oleh,**  
Dosen Pembimbing



**Dr. Dra. Ayun Maduwinarti. M.P.**  
NPP. 20120870103



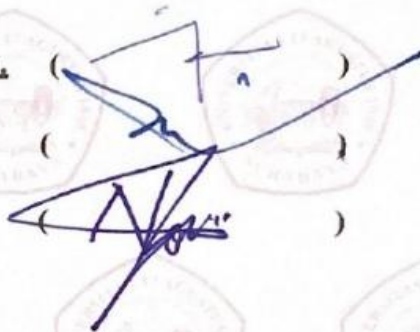
**Mohammad Insan Romadhan**  
**S.I.Kom..Med.Kom**  
NPP. 20150170741

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 23 Desember 2022.

### Dewan Penguji :

1. Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.
2. Drs. Widiatmo Ekoputro, M.A
3. Novan Andrianto, S.I.Kom, M.I.Kom



### Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Drs. Arun Maduwinati, M.P  
NPP 20120870103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Tannesia Pramitasari  
NPM : 1151800216  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Strategi Marketing Communication Dengan Metode SOSTAC Pada Xavier Marks Darmo (Studi Evaluatif Pada Xavier Marks Darmo)

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri berdasarkan hasil yang diperoleh melalui bimbingan dosen pembimbing, serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari penelitian atau karya ilmiah peneliti lain yang telah dipublikasikan ataupun penelitian orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika dalam penelitian ini menulis dan mengambil kutipan dari karya ilmiah orang lain, maka akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila nantinya ditemukan bukti pada suatu hari nanti yang bersifat menjiplak atau plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan sumber dalam daftar pustaka, maka saya bersiap untuk menerima segala sanksi atau hukuman yang sesuai dengan perbuatan yang saya perbuat dan juga siap untuk menerima hukuman pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 03 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Tannesia Pramitasari



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tannesia Parmitasari  
NBI/ NPM : 1151800216  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

**“Strategi Marketing Communication Dengan Metode SOSTAC Pada Xavier Marks Darmo (Studi Evaluatif Pada Xavier Marks Darmo)”**

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 03 Januari 2023

Yang Menyatakan,



(Tannesia Pramitasari)

\*Coret yang tidak perlu

## ABSTRAK

Strategi komunikasi pemasaran mempunyai peran yang sangat penting dalam dunia bisnis karena mempunyai kedudukan sebagai perantara antara produsen dan konsumen sekaligus dapat mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perkembangan teknologi dari dulu hingga sekarang memberikan dampak yang signifikan bagi masyarakat. Perkembangan teknologi internet semakin hari semakin berkembang pesat. Adanya teknologi internet yang pesat. Tujuan penelitian ini untuk melihat dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Xavier Marks Darmo untuk menambah klien baru, mempertahankan klien lama, serta meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, dimana wawancara, observasi dan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data. Narasumber dalam penelitian ini adalah Go Caesar Teguh Santoso dan The Enrico Wiraatmaja selaku marketing manager dan marketing agent pada Xavier Marks Darmo. Penelitian ini bertujuan untuk menjadi bahan evaluasi mengenai konsep strategi marketing yang dijalankan Xavier Marks Darmo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode SOSTAC.

Hasil dari penelitian diatas, maka dapat dikatakan bahwa kegiatan implementasi strategi pemasaran melalui analisis SOSTAC tidak semuanya berjalan dengan yang diharapkan perusahaan. Berdasarkan hasil wawancara dengan marketing manager Xavier Marks Darmo, langkah yang selanjutnya dilakukan yaitu evaluasi. melalui evaluasi kegiatan pemasaran yang telah dilakukan oleh Xavier Marks Darmo, didapati bahwa marketing manager Xavier Marks Darmo berharap kedepannya proses kegiatan pemasaran dapat berjalan sesuai dengan target perusahaan yaitu meningkatkan penjualan, menambah klien baru dan mempertahankan klien lama dengan menjadi *top of mind* di mata klien mereka. Dan diputuskan bahwa analisis yang diaplikasikanyaitu melalui analisis SOSTAC.

**Kata kunci:** *Strategi marketing komunikasi, perkembangan teknologi, SOSTAC.*

## **ABSTRACT**

*The marketing communication strategy has a significant role in the business world because it has a position as an intermediary between producers and consumers while at the same time being able to maintain the viability of a company. Technological developments from the past until now have had a significant impact on society. The story of internet technology is increasing day by day. There is fast internet technology. The purpose of this research is to see and find out how the marketing communication strategy used by XavierMarks Darmo is to add new clients, retain old clients, and increase sales. This study uses qualitative research methods, where interviews, observations and documentation are used to obtain data. The informants in this study were Go Caesar Teguh Santoso and The Enrico Wiraatmaja, as marketing managers and marketing agents at Xavier Marks Darmo. This study aims to be an evaluation material regarding the marketing strategy concept implemented by Xavier Marks Darmo. The method used in this study is the SOSTAC method.*

*From the research results above, it can be said that the marketing strategy implementation activities through SOSTAC analysis did not all work as expected by the company. Based on the results of interviews with marketing manager Xavier Marks Darmo, the next step is evaluation. Through evaluating marketing activities that Xavier Marks Darmo has carried out, it was found that marketing manager Xavier Marks Darmo hopes that in the future, the marketing activity process can run according to the company's targets, namely increasing sales, adding new clients and retaining old clients by being top of mind in the eyes of their clients. And it was decided that the analysis applied was through SOSTAC analysis.*

**Keywords:** *Strategy Marketing communication, technology development, SOSTAC*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas nikmat dan karunia-Nya yang senantiasa tercurahkan kepada penulis sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI MARKETING COMMUNICATION DENGAN METODE SOSTAC PADA XAVIER MARKS DARMO (Studi Evaluatif Pada Xavier Marks Darmo)” dengan baik. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak banyaknya kepada:

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Mohammad Insan Romadhon, S.I.Kom., M.Med.Kom., selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih banyak atas segala bantuan, saran, ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah beliau berikan kepada peneliti selama masa bimbingan.
3. Lukman Hakim, S.Phil., M.Phil selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak atas segala bantuan, saran, ilmu, waktu, dan kesabaran yang telah beliau berikan kepada peneliti selama masa bimbingan.
4. Segenap dosen dan seluruh civitas akademik yang senantiasa telah membantu peneliti dalam memberikan ilmu yang sangat bermanfaat serta dalam membantu pelayanan administrasi.
5. Kedua orang tua yang peneliti cintai Bapak Prajitno dan Ibu Supriyatin yang tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan semangat dalam bentuk materi maupun non materi, serta doa dan kasih sayang kepada peneliti, terima kasih juga untuk kakak peneliti Niken Talivia Tania yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini serta doa dan kasih sayang kepada peneliti.
6. Terima kasih untuk teman-teman seperjuangan sekaligus sahabat selama di perkuliahan Ilmu Komunikasi seperti Dimas, Nata, Nadilla, Dinda, Rika, Reja, Yasin dan Cita. Terima kasih sudah

bertahan mulai masuk hingga lulus kuliah, serta menjadi tempat untuk berkeluh kesah bersama- sama.

7. Terima kasih untuk sahabat sekaligus keluarga Rara dan Devira. Terima kasih selalu ada dan menjadi keluarga untuk berkeluh kesah dan bersenang senang.
8. Terima kasih juga untuk pacar, Wahyu Agung sudah bersedia menjadi tempat berkeluh kesah dan sudah men-support peneliti dari awalpengerjaan hingga saat ini.
9. Dan terakhir Terima kasih untuk seluruh pihak yang sudah hadir dalam kehidupan peneliti.

## **DAFTAR ISI**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang .....	1
1.2 Fokus Penelitian .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	7
2.2 Landasan Teori.....	10
2.2.1 Marketing Communication .....	10
2.3 Landasan Konseptual .....	11
2.3.1 E-Marketing .....	11

2.3.2	Strategi Marketing .....	12
2.4	Kerangka Pemikiran .....	13
<b>BAB III</b>	<b>METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>15</b>
3.1	Pendekatan Penelitian.....	15
3.2	Jenis Penelitian .....	15
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	163.3.1
	Subjek Penelitian .....	16
	3.3.2 Objek Penelitian .....	16
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	16
	3.4.1 Jenis Data.....	16
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	17
3.6	Teknik Analisis Data .....	17
3.7	Keabsahan Data .....	18
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>21</b>
4.1	Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian .....	21
	4.1.1 Gambaran Umum .....	21
	4.1.2 Visi dan Misi .....	22
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	23
	4.2.1 Implementasi Strategi Marketing Communication pada Xavier Marks Darmo	23
	4.2.2 Analisis dan Interpretasi Data.....	29
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>45</b>
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Rekomendasi .....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>47</b>

LAMPIRAN.....	50
---------------	----

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 4.2.1 Rapat Evaluasi Marketing Agent.....	32
Gambar 4.2.2 Akun Instagram Xavier Marks Darmo .....	34
Gambar 4.2.3 Postingan Konten Pada Instagram Xavier Marks Darmo .....	35
Gambar 4.2.4 Postingan Content Marketing Pada Instagram Xavier Marks Darmo	37

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 2.1.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	7
Tabel 4.2.1 Penggunaan Media Iklan di Xavier Marks Darmo.....	25
Tabel 4.2.2 Potongan Harga Melalui <i>Broadcast Whatsapp</i> .....	27
Tabel 4.2.3 Bentuk Promosi Penjualan Xavier Marks Darmo .....	27

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Guide Interview.....	50
Lampiran 2 Dokumentasi Foto .....	52
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi .....	55
Lampiran 4 Lembar Revisi Skripsi.....	57
Lampiran 5 Hasil Turnitin .....	60