SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA PENJUALAN PAKAIAN PRIA SEVENDOMU FASHION YOGYAKARTA

DISUSUN OLEH :

JENNY THERESIA HELYANAN

191006994

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

TAHUN 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha Penjualan Pakaian Pria Sevendomu Fashion, Yogyakarta

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

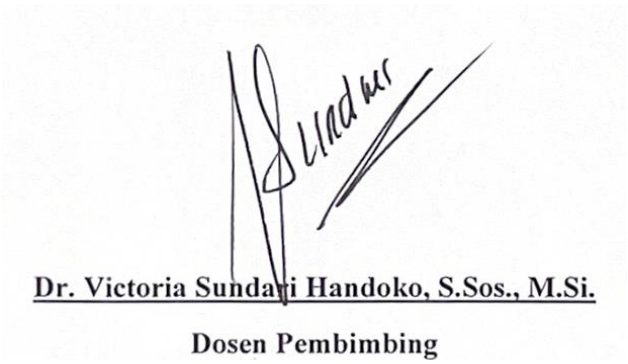
Sarjana Sosial (S.Sos)

DISUSUN OLEH :

JENNY THERESIA HELYANAN

191006994

Disetujui Oleh :



Dr. Victoria Sundari Handoko, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2026

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA PENJUALAN PAKAIAN PRIA SEVENDOMU FASHION YOGYAKARTA

Penyusun : JENNY THERESIA HELYANAN

NPM : 191006994

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

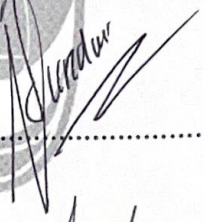
Hari/Tanggal : Senin, 20 Juli 2026

Pukul : 09.30- 10.45

Tempat : Ruang ujian 1, Kampus 4, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik

TIM PENGUJI

Drs. Andreas A. Susanto, M.S., Ph.D.
Penguji Utama ..... 

Dr. V. Sundari Handoko, S.Sos., M.Si ..... 
Penguji I

Aryo Lukisworo, S.Sos., M.A. ..... 
Penguji II



.....

Kristian Tamtomo, S.Ant., M.A., Ph.D.

Ketua Program Studi S1 Sosiologi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : JENNY THERESIA HELYANAN

NPM : 191006994

Program Studi : Sosiologi

Judul Skripsi : STRATEGI PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA USAHA PENJUALAN PAKAIAN PRIA SEVENDOMU FASHION YOGYAKARTA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi mi benar-benar hasil karya dan kerja peneliti sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian basil karya orang Iain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, peneliti bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verlfikasi. Bila terbuktl bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakiuluran lam, peneliti siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan peneliti.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 20 Juli 2026

Saya yang menyatakan,



Jenny Theresia Helyanan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah strategi pemasaran dari metode konvensional menjadi pemasaran melalui media sosial. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang menghasilkan data digital untuk mendukung penyusunan strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran melalui media sosial pada akun Sevendomu Fashion yang dilakukan oleh karyawan perusahaan Seven Inc, dengan berfokus pada strategi konten media sosial dan strategi pemantauan media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran dilakukan melalui dua strategi utama. Pertama, **strategi konten media sosial**, yang meliputi perencanaan pemasaran dengan menentukan target audiens, menyusun ide konten berdasarkan tren dan masukan pelanggan, serta menyebarkan konten secara konsisten melalui Instagram, Facebook, dan TikTok dengan memanfaatkan hashtag, mention, caption, dan kolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan kesadaran merek. Kedua, **strategi pemantauan media sosial**, yang dilakukan melalui pengamatan komentar konsumen, analisis data interaksi seperti tayangan, komentar, tanda suka, dan pembagian konten sebagai dasar penyusunan strategi pemasaran, serta pemberian respons yang cepat dan sopan untuk menjaga hubungan dengan konsumen dan citra perusahaan.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi konten media sosial dan strategi pemantauan media sosial saling mendukung dalam meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sumber data digital untuk memahami perilaku konsumen dan menyusun strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Temuan penelitian ini menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian mengenai strategi pemasaran melalui media sosial yang diterapkan oleh Perusahaan Seven Inc.

Kata kunci: strategi pemasaran media sosial, strategi konten media sosial, strategi pemantauan media sosial, pemasaran digital, sosiologi digital.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia yang telah diberikan Nya, sehingga peneliti dapat sampai pada tahap ini dan menyelesaikan penulisan skripsi dengan banyak bantuan dan semangat yang diberikan pada saat peneliti menggalami kesulitan baik fisik maupun mental, peneliti menyadari bahwasannya dengan berterimakasih saja tidak cukup untuk membalas bantuan yang telah diberikan kepada peneliti, namun dari hati terdalam peneliti ingin berterimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan pertolongan dan Rahmat kasih karunia yang melindungi kehidupan ini,
2. Almarhum ibu Nelly Irawati Beteop dan almarhum kaka Petrus Kanisius Helyanan yang sempat memberikan kasih sayang dan perlindungan untuk mengetahui seberapa berharganya kehidupan. Tidak lupa juga kepada bapak Mikhael Rafael Helyanan, kaka Maria Etha Helyanan dan adik Evert Jefri Beteop yang memberikan dorongan semangat untuk melalui kehidupan kuliah ini, untuk bapak terimakasih banyak untuk segalanya, untuk kaka terimakasih karena telah berusaha untuk menjadi sosok yang dapat diandalkan, dan untuk adik sehat selalu Tuhan Yesus memberkati,
3. Kepada keluarga besar Beteop khususnya adik-kaka dari mama, yang selalu ada di saat susah maupun suka, senang maupun sedih, terimakasih karena telah mendidik dengan penuh rasa hormat dan sopan.
4. Dr. Victoria Sundari Handoko, S.Sos., M.Si yang telah membimbing dari awal hingga akhir dengan sabar, terimakasih banyak dengan bimbingan dan motivasi yang diberikan, serta terimakasih banyak kepada almarhum Bapak Stefanus Nindito S.Sos., M.Si, yang semasa hidupnya beliau dengan sabar menjadi dosen pembimbing akademik dan membimbing sampai ketahap yang sejauh ini.
5. Teman seangkat yang hanya tersisa satu dan saling membantu, terimakasih banyak Dwi Dewayanti yang sudah mau berbagi informasi, keluh kesah, dan terimakasih karena selalu optimis mengenai kita yang sudah diujung tanduk, tetap semangat, dan juga seorang teman yang selalu menggerti dan selalu nyaman untuk diajak berbicara tentang apapun walaupun melalui

telepon, rindu rasanya dapat bercengkrama secara langsung terimakasih banyak karena telah menemani disaat bosan dan sunyi, Michael Rood Guelermo

6. Semua dosen dan staff Universitas Atma Jaya Yogyakarta, khususnya kampus tiga, terimakasih atas keramahan dan bantuan yang telah diberikan untuk membantu mahasiswa UAJY di kampus.
7. Para karyawan Seven Inc yang telah bersedia untuk menjadi narasumber terimakasih banyak karena telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi mengenai Perusahaan Seven Inc.
8. Teman dan sahabat Insar papuamina Zonggonau, Paskalina Enakarepoau dan Sara Elisabet Safuf yang dengan sabar menemai pada waktu susah dan selalu menunggu di waktu liburan semester datang, terimakasih banyak karena dengan hati yang tulus mau bersahabat sampai saat ini.
9. Eva kafiar yang telah dahulu lulus sebelumnya terimakasih banyak karena telah memberikan pelanjaran dan pengalaman hidup yang sangat berharga, yakni jangan terlalu percaya kepada orang, dan juga kepada maria atmi yang dengan semangat menyelesaikan skripsinya dan telah lulus duluan, terimakasih banyak karena semangatmu menginspirasiku.
10. Diri sendiri yang selalu menguatkan diri di segala kekurang yang ada, terimakasih karena telah belajar dari kehidupan sebelumnya, terimakasih karena telah kuat melewati kekurangan yang ada, selalu semangat dengan dan nikmati hidup yang penuh dengan rahasia.

Semua dukungan yang diberikan oleh orang-orang terdekat bagaikan vitamin yang tidak terlihat yang dapat membantu tubuh dan mental tetap kuat dalam menjalani setiap bentuk kegiatan dalam penyusunan skripsi sampai tahap ini, dengan tulus dan penuh hati penulis ingin berterimakasih bagi semua pihak yang telah menemani sampai tahap terakhir.

Salam hangat,

Jenny .T. Helyanan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

ABSTRAK v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan masalah 5

C. Tujuan penelitian 5

D. Kajian pustaka 6

E. Kerangka Konseptual 14

F. Kerangka Berpikir 21

G. Sistematika penulisan 22

BAB II METEDOLOGI DAN DESKRIPSI SUBYEK PENELITIAN 23

A. Metode Penelitian 23

B. Informan 23

C. Operasionalisasi Konsep 24

D. Metode Pengumpulan data, Jenis Data dan Analisis Data 28

E. Deskripsi Subjek Penelitian 33

BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN 37

A. Temuan lapangan 37

B. Pembahasan 43

BAB IV KESIMPULAN 48

Daftar Pustaka 50

LAMPIRAN 56

PEDOMAN WAWANCARA 69

LAMPIRAN WAWANCARA 72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kajian Pustaka 8

Tabel 2. Persamaan dan Perbedaan Penelitian 11

Tabel 3. Informan 24

Tabel 4. Operasionalisasi Konsep 25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 simulasi dalam menggunakan triangulasi sumber 31

Gambar 2. Logo Seven Inc 33

Gambar 3. Struktur Organisasi Perusahaan 36

Gambar 4. Postingan Instagram yang Menggunakan Hastag (#) pada captionnya 39

Gambar 5. penggunaan at @ pada caption postingan 39