

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SNAPBOX STUDIOS KEDIRI
DALAM PEMBENTUKAN *BRAND IDENTITY*
MELALUI TIKTOK**

SKRIPSI

Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Sosial (S.Sos.)



Oleh:

NICA EKSANA

NIM. 22103051

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
UIN SYEKH WASIL KEDIRI
2026**

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SNAPBOX STUDIOS KEDIRI
DALAM PEMBENTUKAN *BRAND IDENTITY* MELALUI TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
UIN Syekh Wasil Kediri untuk
memenuhi salah satu persyaratan
dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh:
NICA EKSANA
22103051

**PRODI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH
UIN SYEKH WASIL KEDIRI**

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul
**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SNAPBOX STUDIOS KEDIRI
DALAM PEMBENTUKAN *BRAND IDENTITY* MELALUI TIKTOK**

Oleh:
NICA EKSANA
NIM : 22103051

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing I



Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I.
NIP. 198607262019031006

Dosen Pembimbing II



Fairizal Rahman, M.I.Kom.
NIP.19901118 2022031002

NOTA DINAS

Kediri, 4 Mei 2026

Lampiran :

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Syekh Wasil Kediri

Di

Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi perintah Bapak Dekan Ushuluddin dan Dakwah untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Nica Eksana

NIM : 22103051

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri dalam Pembentukan *Brand Identity* melalui Tiktok

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir skripsi Sarjana Strata Satu (S-1).

Bersama ini terlampir satu berkas naskah skripsinya, dengan harapan dalam waktu yang telah ditentukan dapat disajikan dalam Sidang Munaqosah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

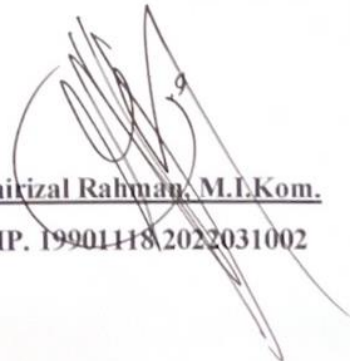
Pembimbing I



Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I.

NIP. 198607262019031006

Pembimbing II



Fairizal Rahman, M.I.Kom.

NIP. 199011182022031002

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 2 Juni 2026

Lampiran :

Hal : Pengesahan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Syekh Wasil Kediri

Di

Jl Sunan Ampel 07 Ngronggo Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut:

Nama : Nica Eksana

NIM : 22103051

Judul : Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri dalam Pembentukan *Brand Identity* Melalui Tiktok

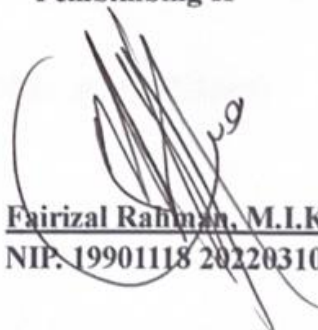
Setelah diperbaiki materi dan susunannya. Sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 2 Juni 2026 kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya. Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I.
NIP. 198607262019031006

Pembimbing II



Fairizal Rahman, M.I.Kom.
NIP. 19901118 2022031002

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN SNAPBOX
STUDIOS KEDIRI DALAM PEMBENTUKAN *BRAND*
IDENTITY MELALUI TIKTOK**

NICA EKSANA

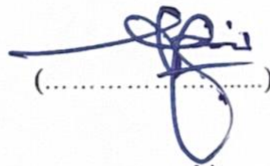
22103051

Telah diujikan di depan Sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah

UIN Syekh Wasil Kediri pada tanggal 2 Juni 2026

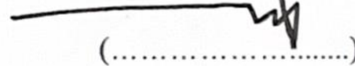
Tim Penguji

1. Penguji Utama
Dr. Taufik Alamin, SS, M.Si
NIP. 197207252006041003



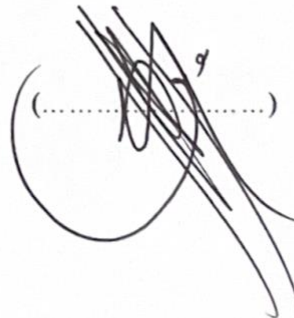
(.....)

2. Penguji I
Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I.
NIP. 198607262019031006



(.....)

3. Penguji II
Fairizal Rahman, M.I.Kom.
NIP. 19901118 2022031002



(.....)

Kediri, 2 Juni 2026

Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Syekh Wasil Kediri



Prof. Dr. H. A. Halil Thahir, M. HI
NIP. 197111212005011006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

Jalan Sunan Ampel Nomor 07 Ngronggo Kota Kediri Kode Pos 64127
Telepon (0354) 689282 Faksimile (0354) 686564 Website: www.uinkediri.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nica Eksana

NIM : 22103051

Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Dakwah / Komunikasi dan Penyiaran Islam

E-mail address : eksananica@gmail.com

Jenis Karya Ilmiah : ☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi
☐ Lain-lain (.....)

Judul Karya Ilmiah : Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri dalam pembentukan *Brand Identity* melalui Tiktok

Dengan ini menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah tersebut di atas beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis dan pengembangan ilmu pengetahuan tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Syekh Wasil Kediri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Kediri, 2 September 2026
Penulis

(NICA EKSANA, S. Sos)

MOTTO

فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَا يَسْتَخِفُّكَ الَّذِينَ لَا يُوقِنُونَ

Maka bersabarlah engkau. Sesungguhnya janji Allah itu benar dan sekali-kali jangan sampai orang-orang yang tidak meyakini itu menggelisahkan engkau.

(Ar rum : 60)

Andai ia mampu menahan angannya melangkah

Akan ku pastikan, lebih dari indah.

(Alkateri – Lebih dari)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Diantara seluruh halaman dalam skripsi ini, persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena disinilah penulis menitipkan rasa terimakasih yang tak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Ayah ibu tercinta, yang membersamai penulis sedari lahir hingga saat ini dan *support* dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril dan materil.
2. Bapak Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Fairizal Rahman, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, daya, dan upaya serta memberikan motivasi, bimbingan dalam menyelesaikan karya tulis ini dengan sabar, tulus, dan ikhlas. Hanya ucapan terimakasih dan semoga Allah membalas segala kebaikan beliau dengan pahala yang berlipat ganda atas jasa besarnya kepada penulis.
3. Teruntuk diri sendiri, terimakasih sudah berusaha dan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, meski banyak hal yang menjadi *distraction* dalam proses penulisan skripsi, tapi kamu bisa menjalani dan menyelesaikannya satu persatu.

ABSTRAK

Nica Eksana. 2026. Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri dalam Pembentukan *Brand Identity* Melalui Tiktok. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, UIN Syekh Wasil Kediri. Pembimbing (1) Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I (2) Fairizal Rahman, M.I.Kom.
Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Brand Identity*, Tiktok, Photobox.

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mengubah cara perusahaan dalam menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran. Media sosial dapat berfungsi menjadi alat strategis dalam komunikasi pemasaran dan membangun *brand identity*. Salah satu platform yang banyak digunakan dalam pemasaran digital saat ini adalah TikTok karena memiliki kemampuan engagement yang tinggi dan menjangkau *audiens* luas. Snapbox Studios Kediri sebagai usaha yang bergerak di bidang jasa *photobox* memanfaatkan TikTok sebagai media utama untuk mempromosikan layanan sekaligus membangun *brand identity* di kalangan generasi muda. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh Snapbox Studios Kediri melalui platform TikTok serta mengkaji peran strategi tersebut dalam membentuk *brand identity*. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Data dikumpulkan melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan pengelola Snapbox Studios Kediri serta pelanggan yang pernah menggunakan layanan *photobox*, dan akun Tiktok Snapbox Studios Kediri. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna memperoleh gambaran yang sistematis. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran digital oleh *fill* dan teori *brand identity* oleh *kapferer*. Keunikan konsep dan tema *photobox* yang ditawarkan, keberhasilan merek dalam membangun sebagai *photobox* yang menarik, mengikuti tren, dan sesuai dengan gaya hidup generasi muda.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat, *taufiq*, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri dalam Pembentukan *Brand Identity* Melalui Tiktok”. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos).

Penulisan skripsi ini tidak terselesaikan tanpa adanya bantuan bimbingan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak, baik berupa materi maupun spiritual, sehingga pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Wahidul Anam, M.Ag. selaku Rektor UIN Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Prof. Dr. A. Halil Thahir, M.HI. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Siti Amanah, M.Si. selaku Kepala Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin dan Dakwah UIN Syekh Wasil Kediri.
4. Bapak Moh. Misbakhul Khoir, M.Th.I selaku dosen pembimbing I dan Bapak Fairizal Rahman, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing II yang telah rela meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan saran membuat penulis selalu bersemangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan do'a untuk kelancaran sehingga skripsi ini terselesaikan.
6. Mas Garda *owner* snapbox studios kediri yang telah memberikan izin melakukan penelitian pada usahanya.
7. Hakim, Teman-teman Pertamina, serta rekan sejawat KPI 22 yang telah membantu hingga memberi *support* satu sama lain untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Lagu - lagu dari Perunggu, Sal Priadi, Alkateri, Sore ze band, Hindia, The Panturas, .Feast, Bernadya, Nadin Amizah. Serta tontonan podcast dari

Grindboys, Ramadhan Bareng Vindes, dan *The catch up club* yang menemani sebagai hiburan dalam pengerjaan skripsi ini.

9. Serta semua orang yang memberi semangat dalam proses skripsi ini, Terimakasih.

Kediri, 4 Mei 2026



Nica Eksana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS	iv
NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	x
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	xii
DAFTAR ISI	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Definisi Konsep	10
F. Penelitian Terdahulu	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Strategi.....	19
B. Strategi Komunikasi Pemasaran	20
C. Komunikasi Pemasaran	22
1. Pemasaran Langsung Dan Digital (<i>Direct Marketing</i>)	23
D. <i>User Generated Content</i>	25
E. Komunikasi Pemasaran Digital	25

F. <i>Word Of Mouth</i> (WOM)	26
G. <i>Brand Identity</i>	27
H. <i>Brand Awareness</i>	28
I. <i>Brand Image</i>	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	31
B. Kehadiran Peneliti	31
C. Objek Penelitian	31
D. Data dan Sumber Data	32
E. Teknik Pengumpulan Data	32
F. Instrumen Data	34
G. Analisis Data	34
H. Pengecekan Keabsahan Data	36

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Gambaran Umum	37
B. Paparan Data	42
C. Temuan Penelitian	51

BAB V PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri dalam Pembentukan <i>Brand Identity</i> Melalui TikTok	54
B. Faktor Pendukung Strategi Komunikasi Pemasaran Snapbox Studios Kediri melalui TikTok dalam Pembentukan <i>Brand Identity</i>	58

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA	64
-----------------------------	----

LAMPIRAN	68
-----------------------	----