

Analisis Penggunaan Digital Marketing dalam Strategi Membangun *Brand Image* Pada SMK NU Gresik

Mas Muslimah¹, Abdurrahman Faris Indriya Himawan²
Universitas Muhammadiyah Gresik, Jawa Timur, Indonesia,
[masmsh@gmail.com](mailto:masmh@gmail.com), faris@umg.ac.id

Abstrak

Strategi digital marketing yang diramalkan akan menjadi titik perubahan dalam teknik memasarkan suatu produk barang atau jasa masih minim digunakan dalam lembaga pendidikan, padahal digital marketing dapat membantu institusi jasa pendidikan dalam pelaksanaan pemasaran jasanya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi branding dan implementasinya dalam penggunaan digital marketing pada SMK NU Gresik. Penelitian ini menggunakan model penelitian kualitatif. Pengambilan dan pengumpulan data dilakukan melalui teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian tentang analisis strategi brand image dalam implementasinya pada digital marketing di SMK NU Gresik antara lain pengembangan nuansa agamis, akreditasi kelembagaan, prestasi siswa, kualitas lulusan, dan program unggulan sekolah melalui sosial media Instagram dan Facebook. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen khususnya konsentrasi pemasaran, guna untuk menambah wawasan tentang digital marketing dan brand image, serta dapat digunakan sebagai salah satu referensi penelitian selanjutnya.

Kata kunci: Brand Image, Digital Marketing