



Personal Branding Guru PAI sebagai Cermin Reputasi Lembaga Pendidikan Islam

Aryogo Adi Guna^{1*}, Supratman Zakir²

¹⁻²Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia

aryogoadiguna@gmail.com¹, supratman@uinbukittinggi.ac.id²

*Penulis Korespondensi: aryogoadiguna@gmail.com

Abstract. *This study examines the urgency of personal branding among teachers, particularly Islamic Religious Education (IRE) teachers, as a strategic element in strengthening the image and reputation of Islamic educational institutions amid increasingly competitive educational environments. Social changes, advancements in information technology, and rising public expectations regarding educational quality require teachers to function not only as educators in the classroom but also as representatives of institutional values, character, and identity. In this context, teachers' personal branding becomes an important factor contributing to public trust and institutional attractiveness. This article employs a library research method using a descriptive-analytical approach by reviewing various literature sources, including books, scholarly journals, and other relevant publications. The analysis focuses on the concept of personal branding, teacher professionalism, and their relationship to the image of Islamic educational institutions. The findings indicate that the personal branding of IRE teachers, when grounded in professionalism, moral integrity, pedagogical competence, and personal authenticity, plays a significant role in enhancing institutional credibility in the eyes of the public. Teachers who consistently embody Islamic values in their attitudes, personal conduct, and professional practices are more likely to build trust, loyalty, and a positive institutional image. Therefore, strengthening the personal branding of IRE teachers not only contributes to individual professional development but also serves as an important strategy for improving the reputation, competitiveness, and sustainability of Islamic educational institutions in the modern era.*

Keywords: *Educational Competitiveness; Islamic Educational Institutions; Islamic Religious Education Teachers; Personal Branding; Teacher Professionalism*

Abstrak. Penelitian ini mengkaji urgensi personal branding guru, khususnya guru Pendidikan Agama Islam (PAI), sebagai elemen strategis dalam memperkuat citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam di tengah persaingan dunia pendidikan yang semakin kompetitif. Perubahan sosial, perkembangan teknologi informasi, serta meningkatnya ekspektasi masyarakat terhadap kualitas pendidikan menuntut guru tidak hanya berperan sebagai pendidik di ruang kelas, tetapi juga sebagai representasi nilai, karakter, dan identitas lembaga pendidikan. Dalam konteks ini, personal branding guru menjadi aspek penting yang berkontribusi terhadap kepercayaan publik dan daya tarik institusi pendidikan Islam. Artikel ini menggunakan metode penelitian perpustakaan (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-analitis, melalui penelaahan berbagai sumber literatur berupa buku, jurnal ilmiah, dan publikasi relevan lainnya. Analisis difokuskan pada konsep personal branding, profesionalisme guru, serta keterkaitannya dengan citra lembaga pendidikan Islam. Hasil kajian menunjukkan bahwa personal branding guru PAI yang dibangun atas dasar profesionalisme, integritas moral, kompetensi pedagogik, serta keaslian pribadi memiliki peran signifikan dalam meningkatkan kredibilitas lembaga pendidikan di mata masyarakat. Guru yang mampu menampilkan konsistensi antara nilai ajaran Islam, sikap personal, dan praktik profesional akan lebih mudah membangun kepercayaan, loyalitas, serta citra positif lembaga. Dengan demikian, penguatan personal branding guru PAI tidak hanya berdampak pada pengembangan individu guru, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan reputasi, daya saing, dan keberlanjutan lembaga pendidikan Islam di era modern.

Kata kunci: Daya Saing Pendidikan; Guru Pendidikan Agama Islam; Institusi Pendidikan Islam; Personal Branding; Profesionalisme Guru

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan Lembaga Pendidikan Islam yang pesat belakangan ini membawa angin segar serta efek sampingnya tersendiri. Perkembangan yang pesat ini menunjukkan bahwa Lembaga Pendidikan Islam berhasil bertahan dan mampu memberikan dampak yang positif kepada peserta didik. Hal ini menjadi daya tarik tersendiri yang membuat banyak orang tua lebih memilih memasukkan anak-anaknya kepada Lembaga Pendidikan Islam baik negeri maupun swasta dibandingkan ke Lembaga Pendidikan umum atau sekolah umum. Hal ini juga berdampak pada semakin ketatnya persaingan antar Lembaga Pendidikan Islam itu sendiri. Karena itu, masing-masing Lembaga Pendidikan Islam memunculkan berbagai citra yang melekat dengan lembaganya masing-masing.

Biasanya, Lembaga Pendidikan akan menonjolkan citra dan keunggulan mereka melalui berbagai pengiklanan baik di dunia nyata dengan penyebaran selebaran berupa brosur ataupun pamflet, atau juga dengan menggunakan kemajuan teknologi dalam teknik digital marketing dengan memanfaatkan berbagai platform yang tersedia. Hal ini terjadi karena semakin ketatnya persaingan antar sekolah belakangan ini sehingga juga terjadi persaingan bisnis. Dalam dunia bisnis, nama sekolah maupun logo menjadi merek dagang yang berusaha dicitrakan sebaik mungkin agar orang tua tertarik memasukkan anaknya ke sekolah tersebut.

Hal ini tentunya bukan sesuatu yang salah karena sebagai calon konsumen, seorang peserta didik maupun orang tuanya akan mencari tahu terlebih dahulu apa saja keunggulan dan kelebihan yang dimiliki oleh suatu Lembaga Pendidikan karena juga akan disesuaikan dengan kebutuhan dan harapan yang diinginkan oleh calon peserta didik tersebut. Oleh karena itu, sekolah sebagai Lembaga Pendidikan sudah semestinya menyusun langkah-langkah atau strategi dalam membranding diri agar menjadi lembaga yang diminati oleh masyarakat.

Menjadi suatu hal yang sangat penting bagi suatu Lembaga Pendidikan untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat terkhusus dalam konteks sekolah swasta yang setiap tahunnya akan menghadapi persaingan dalam penerimaan peserta didik baru. Karena itu, dalam proses membangun *image* sekolah yang baik diperlukan keterampilan seperti kemampuan berkomunikasi, menyebarkan informasi, melaksanakan sosialisasi, dan melakukan promosi lembaga sekolah dengan efisien (Wahyuntoa & Hidayati, 2025).

Namun, dalam menghadapi realita yang ada saat ini, hal yang sangat penting untuk diperhatikan oleh Lembaga Pendidikan adalah peningkatan mutu profesionalisme guru. Profesionalisme yang dimiliki oleh guru tidak hanya berbicara tentang kemampuan yang dimiliki oleh guru tersebut dalam menyampaikan materi pembelajaran melainkan juga terkait dengan karakter atau kepribadian yang dimiliki guru tersebut. Seorang guru semestinya

memiliki kemampuan untuk membangun keteladanan, integritas dan citra diri yang positif di mata para peserta didiknya.

Oleh karena itu, penting bagi seorang pendidik untuk membangun personal branding di mana seorang guru dapat menunjukkan identitas dirinya yang konsisten dan juga inspiratif dalam segala tindak tanduknya yang meliputi kemampuan berkomunikasi, bertindak maupun bersikap sebagai seorang pendidik. Personal branding tidak sekedar pencitraan yang sifatnya dangkal dan identik dengan kemayaan, melainkan usaha untuk menunjukkan sisi asli dari suatu individu atau instansi. Dengan istilah lain adalah menunjukkan apa adanya keotentikan suatu individu ataupun instansi.

Terdapat beberapa manfaat dari personal branding di antaranya: 1) Mampu meningkatkan kredibilitas. Hal ini berkaitan dengan pembuktian terhadap ucapan atau janji yang disampaikan. Kerja nyata ini tentunya akan memberikan dampak yang positif bagi suatu Lembaga. 2) Mampu meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini berkaitan dengan respon positif yang didapatkan dari masyarakat karena dapat menjaga kualitas dan keunggulan. 3) Meningkatkan nilai dari suatu Lembaga. Hal ini terkait dengan kualitas yang sudah dijanjikan dan dibuktikan dalam perbuatan. 4) Sebagai pembeda dengan pesaing lainnya. Tentunya akan dengan mudah dilihat berbagai keunggulan yang dimiliki oleh suatu Lembaga dibandingkan dengan Lembaga lainnya yang belum memiliki personal branding yang kuat. 5) Memperluas jejaring dan pasar (Meifilina, 2022). Hal ini menjadi sangat penting dalam tingginya persaingan antar berbagai Lembaga Pendidikan saat ini.

Hal ini harus lebih diperhatikan lagi oleh seorang guru Pendidikan Agama Islam karena seorang guru PAI tidak hanya berperan sebagai sosok yang menyampaikan atau mentransfer ilmu pengetahuan kepada siswa (*Transfer of Knowledge*) melainkan juga sebagai pemberi contoh teladan yang baik (*uswatun hasanah*) sehingga peserta didik bisa melihat bagaimana ilmu yang diajarkan dalam tataran teoritis di kelas dapat dipraktikan secara nyata dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan sekolah dan juga lingkungan bermasyarakat (Izi et al., 2025).

Peran guru yang begitu vital dalam proses Pendidikan terkhusus dalam hal memperbaiki karakter peserta didik, membuat guru harus memiliki karakter yang lebih baik terlebih dahulu. Ketika seorang guru sudah memiliki karakter yang baik, maka akan mendapat kemudahan dalam menanamkan pemahaman kepada siswa. Hal ini tentunya juga mempermudah dalam tercapainya tujuan dari sistem pendidikan nasional yang termaktub dalam Undang-undang SISDIKNAS no.20 tahun 2003, "Pendidikan nasional bertujuan bertambahnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada

Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis, dan bertanggung jawab” (Nur’asiah & Sholeh, 2021).

Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan pentingnya branding personal yang dimiliki oleh guru dalam upaya memperkuat branding yang dimiliki oleh Lembaga Pendidikan. Sudah terdapat banyak tulisan yang membahas bagaimana strategi dari Lembaga Pendidikan untuk mempromosikan institusi mereka dan itu lebih kepada bagaimana memperbaiki citra atau *image*. Tulisan ini akan membahas bahwa ada elemen lain yang paling penting diperhatikan dalam memperkuat branding dari suatu Lembaga Pendidikan yakni branding personal dari tenaga pendidiknya.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kepustakaan (*library research*), yaitu pendekatan yang berfokus pada penelaahan berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian. Metode ini dilakukan dengan menelaah dan menganalisis berbagai referensi seperti buku, artikel ilmiah, jurnal, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen-dokumen yang berkaitan dengan konsep personal branding guru, profesionalisme pendidik, dan strategi branding lembaga pendidikan Islam.

Data yang diperoleh dari berbagai literatur tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif-analitis, yakni dengan mendeskripsikan data yang ditemukan, kemudian mengaitkannya secara kritis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap peran personal branding guru dalam memperkuat citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan strategi peningkatan mutu dan daya saing lembaga pendidikan berbasis nilai-nilai Islam.

3. Hasil dan Pembahasan

Personal Branding

Personal branding merupakan strategi yang dilakukan dalam rangka membangun citra diri di hadapan orang lain (Fitriyani & Prahastuti, 2020). Istilah personal berasal dari Bahasa Inggris Personal yang memiliki makna pribadi dan kata Brand sebagaimana dijelaskan oleh American Marketing Association (AMA) merupakan merek, nama, istilah, tanda, simbol, desain maupun berbagai kombinasi yang memiliki tujuan untuk membedakan suatu produk atau jasa dengan produk dan jasa dari perusahaan lainnya (Haroen, 2014).

Sementara itu, Branding dapat dipahami sebagai segala upaya yang dilakukan dalam rangka menanamkan brand atau merek di hati khalayak ramai sesuai dengan harapan pihak yang memiliki brand tersebut. Dengan kata lain, branding adalah upaya yang dilakukan dalam rangka memperkenalkan suatu agar mendapat pengakuan oleh publik serta digunakan oleh banyak orang.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dipahami pula bahwa personal branding merupakan sebuah proses yang hendak membentuk persepsi masyarakat terhadap suatu individu yang meliputi kepribadian, kemampuan maupun nilai-nilai dari individu yang bermuara kepada persepsi positif masyarakat. Timothy P. O'Brien sebagaimana dikutip oleh Dewi Haroen mengatakan bahwa personal brand adalah identitas pribadi yang mampu menciptakan sebuah respon emosional terhadap orang lain yang berkaitan dengan kualitas dan nilai yang dianut oleh orang tersebut (Haroen, 2014).

Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan bahwa personal branding dapat dimaknai sebagai suatu strategi yang sistematis dalam membangun dan menanamkan citra diri di hadapan publik melalui penonjolan keunikan, kemampuan, kepribadian, dan nilai-nilai yang dimiliki individu. Personal branding tidak hanya berorientasi pada pengenalan diri, namun juga pada pembentukan persepsi positif dan respon emosional dari masyarakat sehingga individu memiliki karakter khas yang mudah dibedakan dari orang lain serta diakui kompetensinya oleh publik.

Personal Branding berbeda dengan pencitraan yang sering dilakukan oleh para pejabat untuk menarik perhatian masyarakat. Secara umum, keduanya memiliki kesamaan dalam menampilkan sisi positif dari individu dan juga memiliki tujuan yang sama yakni memberikan kesan positif kepada individu yang melakukannya. Yang menjadi perbedaan paling mendasar dari dua konsep ini yakni pencitraan sering kali menampilkan suatu perbuatan yang tidak sesuai dengan realita suatu individu. Hal ini berbeda dengan personal branding. Dalam membangun suatu personal branding, seseorang harus menunjukkan nilai-nilai yang benar ada dan melekat pada dirinya (Haroen, 2014).

Karena itu, terdapat tiga hal dasar dalam personal branding yang kuat sebagaimana disampaikan oleh McNally & Speak. Pertama, adanya kekhasan dari suatu individu yang ditunjukkan dengan kualitas individu, maupun keahliannya. Kedua, terdapat relevansi pada karakter orang terkait. Relevansi berarti bahwa personal brand yang kuat harus mencerminkan sesuatu yang dianggap penting oleh masyarakat dan selaras dengan karakter pemiliknya. Tanpa relevansi tersebut, personal brand sulit tertanam dalam benak publik. Dan ketiga adalah

konsistensi (Haroen, 2014). Hal ini tentunya sulit dimiliki oleh mereka yang Cuma sekedar mengandalkan pencitraan semata.

Tugas, Peran, Fungsi dan Profesionalitas Guru

Guru memiliki posisi yang sangat vital dalam proses pembelajaran. Karena itu, seorang guru harus memiliki kompetensi atau kemampuan agar dapat menjalankan tugas, peran maupun fungsinya dengan baik. Berikut ini akan dipaparkan beberapa tugas, peran maupun fungsi dari seorang guru:

Tugas Guru

Jika dikelompokkan, maka terdapat tiga tugas dari seorang guru yang meliputi tugas yakni tugas dalam bidang profesi, tugas dalam bidang kemanusiaan dan juga tugas dalam bidang kemasyarakatan. Berikut ini akan sedikit dibahas berbagai tugas tersebut:

- a. Tugas bidang profesi ini meliputi tugas mendidik, mengajar serta melatih. Ketika tugas ini tidak sama karena mendidik artinya meneruskan dan mengembangkan nilai-nilai hidup. Sementara mengajar maksudnya adalah meneruskan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi. Sedangkan melatih memiliki maksud untuk mengembangkan keterampilan-keterampilan yang ada pada peserta didik.
- b. Tugas bidang kemanusiaan memiliki maksud bahwa guru harus mampu menjadikan dirinya sebagai orang tua kedua dan juga menjadi suri tauladan yang baik bagi peserta didik.
- c. Tugas dalam bidang kemasyarakatan guru sebagai sumber ilmu pengetahuan serta pemberi teladan yang baik, akan diletakkan di posisi yang mulia dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan tugas guru sebagai orang yang berperan dalam kecerdasan bangsa (Sopian, 2016).

Tugas guru juga dijelaskan di dalam Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional No. 20 tahun 2003 pada pasal 39 ayat 2 yang berbunyi “Pendidik merupakan tenaga profesional yang bertugas merencanakan dan melaksanakan proses pembelajaran, menilai hasil pembelajaran, melakukan pembimbingan dan pelatihan, serta melakukan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, terutama bagi pendidik pada perguruan tinggi”(Undang-Undang SISDIKNAS 2003).

Fungsi dan Peran Guru

Terkait peran dan fungsi guru, dapat dikelompokkan sebagai berikut:

- a. Sebagai *Educator* atau pendidik di mana seorang guru menjadi tauladan (*Role Model*) bagi peserta didiknya. Dengan demikian, guru berperan membentuk kepribadian peserta didik (Sopian, 2016).

- b. Sebagai manager di mana guru selain mengajar juga memiliki peran untuk mengelola kelas agar lingkungan sekolah menjadi terorganisir dan terarah sesuai dengan tujuan Pendidikan. Lingkungan yang baik untuk belajar adalah lingkungan yang menantang serta merangsang siswa untuk belajar (Sanjani, 2020).
- c. Guru sebagai administrator merupakan peran yang dimiliki oleh guru di luar sebagai pendidik atau pengejar. Hal ini karena dalam upaya terjadinya proses pembelajaran yang baik, maka perlu pengadministrasian yang baik. Pengadministrasian ini meliputi beberapa hal seperti membuat rencana pembelajaran, program semester, program tahunan dan juga mencatat hasil belajar (Sanjani, 2020).
- d. Guru sebagai *leader* atau pemimpin di mana guru memegang peranan sentral sebagai pemimpin dalam proses pembelajaran, yaitu membimbing peserta didik sesuai kompetensi yang dimiliki sambil tetap memperhatikan perkembangan aspek sikap, pengetahuan, dan keterampilan mereka.
- e. Guru sebagai Fasilitator di mana guru berperan dalam mengatur serta menyediakan layanan dan fasilitas yang dibutuhkan guna mendukung kelancaran proses belajar mengajar agar pelaksanaannya berlangsung secara efektif.
- f. Guru sebagai inovator. Maksud dari peran ini yakni adanya dorongan kuat untuk terus belajar, memperluas wawasan, dan meningkatkan keterampilan profesional. Tanpa motivasi besar untuk mengembangkan diri, guru tidak akan mampu melahirkan berbagai inovasi yang diperlukan untuk meningkatkan mutu Pendidikan.
- g. Guru sebagai Motivator di mana guru berperan memberikan arahan, dukungan, dan bimbingan kepada peserta didik agar mampu mengembangkan potensinya. Guru juga dapat memberi penghargaan, pujian, serta umpan balik yang membangun untuk meningkatkan semangat belajar peserta didik.
- h. Guru sebagai dinamisator. Peran ini menuntut adanya visi dan upaya untuk membentuk karakter peserta didik. Guru perlu memiliki strategi yang khas dalam penguatan karakter serta menjalin hubungan yang harmonis dengan seluruh warga sekolah. Selain itu, guru dituntut kreatif dalam mencari solusi atas berbagai persoalan yang dihadapi peserta didik. Seluruh kedinamisan tersebut ditujukan untuk menanamkan nilai-nilai karakter pada diri peserta didik.
- i. Guru sebagai evaluator yakni mampu merancang instrumen penilaian yang mencakup ranah afektif (sikap), kognitif (pengetahuan), dan psikomotorik (keterampilan). Evaluasi dapat dilakukan melalui observasi, tes tertulis, lisan, maupun penugasan proyek, kemudian

ditindaklanjuti dengan pemberian umpan balik. Pelaksanaan evaluasi perlu dilakukan secara berkala agar hasil yang diperoleh lebih akurat dan bermakna.

- j. Guru sebagai supervisor sehingga mampu membimbing, mengawasi, dan mengarahkan peserta didik agar tetap termotivasi dan mampu meningkatkan hasil belajarnya. Guru juga bertugas mengidentifikasi berbagai kendala belajar yang dialami peserta didik dan membantu mencari solusi yang tepat untuk mengatasinya (Munawir et al., 2022).

Profesionalitas Guru

Guru yang profesional tidak hanya dituntut menguasai materi pelajaran dan bidang keilmuannya, tetapi juga harus memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai hakikat manusia dan dinamika kehidupan sosial dalam masyarakat (Risdiyana, 2021). Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen pada Pasal 8 menegaskan bahwa seorang guru wajib memiliki kualifikasi akademik, kompetensi, sertifikat pendidik, serta kondisi jasmani dan rohani yang sehat, disertai kemampuan untuk mewujudkan tujuan pendidikan. Selanjutnya, Pasal 10 ayat (1) menjelaskan bahwa aspek kompetensi yang menjadi dasar pengembangan profesionalitas guru meliputi kompetensi pedagogik, kepribadian, sosial, dan professional (UU. GURU DAN DOSEN, 2005).

Kompetensi merupakan kemampuan menyeluruh yang harus dimiliki oleh setiap lulusan. Secara etimologi, kompetensi berasal dari Bahasa Inggris *Competency* yang memiliki beberapa makna di antaranya *ability* (kemampuan), *capability* (kesanggupan), *proficiency* (keahlian), *Qualification* (kecakapan), *eligibility* (memenuhi persyaratan), *readiness* (kesiapan), *skill* (kemahiran), dan juga *adequency* (kepadanan). Sementara secara istilah terdapat beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli di antaranya menurut Harris bahwa kompetensi adalah Kepemilikan dan pengembangan keterampilan yang memadai, sikap yang tepat, serta pengalaman yang diperlukan untuk menjalankan peran-peran kehidupan secara berhasil. Sedangkan spencer dan spencer menjelaskan bahwa kompetensi Karakteristik dasar yang ada pada diri seseorang yang berhubungan dengan kinerja efektif atau unggul dalam suatu pekerjaan atau situasi (Febriana, 2019).

Sementara itu, Hall dan Jones mengungkapkan bahwa kompetensi menggambarkan kemampuan secara utuh, yaitu perpaduan antara pengetahuan dan keterampilan yang dapat diamati serta diukur melalui performa nyata (Ali, 2022). Maka seorang guru yang profesional sebagaimana dijelaskan oleh undang-undang memiliki kompetensi pedagogik. Kompetensi pedagogik mencakup kemampuan guru dalam memahami karakter dan kebutuhan peserta didik serta mengelola proses pembelajaran secara efektif. Kompetensi ini tercermin melalui kemampuan: (a) mengenali peserta didik, (b) merancang dan melaksanakan pembelajaran, (c)

melakukan evaluasi pembelajaran, serta (d) menilai berbagai aspek capaian belajar siswa dan membantu mereka mengembangkan potensi diri.

Kompetensi kepribadian mencerminkan kualitas pribadi seorang guru yang harus menunjukkan nilai-nilai etika dalam setiap tindakan. Secara psikologis, kompetensi ini berkaitan dengan kemampuan personal yang memengaruhi keseluruhan karakter guru, antara lain: (a) memiliki kepribadian yang mantap, stabil, dan konsisten dengan norma yang berlaku; (b) bersikap mandiri serta menunjukkan etos kerja sebagai pendidik; (c) mampu bersikap arif dan bijaksana; (d) memberikan pengaruh positif kepada peserta didik melalui sikap yang berwibawa dan dihormati; serta (e) menjunjung standar moral yang tinggi dan berkontribusi bagi siswa, sekolah, dan masyarakat. Guru dengan kompetensi kepribadian yang baik menjadi teladan melalui kejujuran, ketulusan, kepatuhan pada ajaran agama, serta kesediaan membantu orang lain.

Kompetensi ketiga adalah kompetensi sosial. Kompetensi sosial merujuk pada kemampuan guru dalam menjalin interaksi yang efektif sebagai bagian dari komunitas sekolah dan masyarakat. Guru dituntut mampu bersikap santun, berkomunikasi dengan baik, serta membangun hubungan sosial yang positif di lingkungannya. Selain itu, guru harus menunjukkan empati dan kepekaan terhadap orang lain, sehingga mampu berinteraksi dan bekerja sama dengan seluruh warga sekolah dalam berbagai kegiatan pendidikan.

Sedangkan Kompetensi profesional merupakan aspek fundamental yang harus dimiliki oleh seorang guru. Menurut Sanjaya, kompetensi ini mencakup keterampilan dan kemampuan yang dibutuhkan dalam menjalankan tugas-tugas keguruan. Guru dituntut untuk menguasai materi pelajaran secara mendalam, memahami struktur konsep dan landasan ilmiah pembelajaran, serta memenuhi standar kompetensi pada bidang yang diampu. Selain itu, guru harus mampu mengembangkan materi pembelajaran secara kreatif dan inovatif, meningkatkan profesionalisme melalui refleksi berkelanjutan terhadap praktik mengajar, serta berkomunikasi dan mengembangkan diri dengan memanfaatkan teknologi informasi. (Prayoga et al., 2024)

Personal Branding Guru PAI terhadap Reputasi Lembaga Pendidikan Islam

Berbicara tentang reputasi Lembaga Pendidikan, maka akan erat kaitannya dengan persepsi publik terhadap kualitas dan juga kredibilitas dari Lembaga Pendidikan tersebut. Hal ini karena reputasi merupakan cerminan dari komunikasi serta pengalaman publik terhadap suatu lembaga. Reputasi yang baik dapat meningkatkan daya tarik lembaga, sedangkan reputasi yang buruk dapat menghambat proses pertumbuhan dan perkembangannya. Dalam konteks pendidikan Islam, reputasi lembaga dibentuk oleh sejauh mana nilai-nilai keagamaan yang ditampilkan sesuai dengan persepsi dan penerimaan masyarakat. Teori reputasi menekankan

pentingnya konsistensi antara pesan yang disampaikan lembaga dengan pengalaman nyata yang dirasakan siswa dan alumni. Reputasi yang baik akan meningkatkan loyalitas siswa dan alumni, yang pada akhirnya turut memperkuat citra lembaga secara keseluruhan (Mubarok & Niswatin, 2024).

Dari penjelasan tersebut, dapat dipahami bahwa reputasi memiliki makna yang lebih luas dibandingkan dengan citra. Proses terbentuknya reputasi juga membutuhkan waktu yang lama dibandingkan dengan proses terbentuknya citra. Reputasi merupakan tingkat keselarasan antara penerapan visi dan misi lembaga dengan identitas yang diembannya, yang tercermin melalui kinerja seluruh unsur lembaga pendidikan. Reputasi dianggap baik apabila kesesuaian tersebut diakui dan dipersepsikan secara sama oleh publik internal maupun eksternal lembaga pendidikan Islam (Patrianti, 2020).

Dengan demikian, cara yang paling baik dalam meneguhkan reputasi sebuah Lembaga Pendidikan Islam adalah dengan meningkatkan kualitas dari tenaga pendidik. Dengan meningkatnya kualitas dari seorang guru, akan berdampak kepada motivasi dan juga prestasi peserta didik. Hal ini karena Guru yang memiliki kompetensi dan profesionalisme akan mampu menerapkan strategi pembelajaran secara efektif serta menyajikan materi secara menarik. Pembelajaran yang dilakukan tidak hanya berfokus pada ketuntasan hasil belajar, tetapi juga pada pengembangan potensi peserta didik secara menyeluruh, mencakup aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik (Sulastri et al., 2020).

Menjadi guru profesional menuntut penguasaan kompetensi kepribadian, yaitu kemampuan untuk menunjukkan kepribadian yang matang, stabil, arif, bijaksana, berakhlak mulia, serta memiliki wibawa. Selain itu, guru juga harus memiliki kompetensi profesional, yaitu kemampuan dalam menguasai materi pembelajaran secara luas dan mendalam. Penguasaan tersebut mencakup pemahaman terhadap konsep dan struktur keilmuan, materi pelajaran dalam kurikulum, serta keterkaitan konsep antar mata pelajaran yang relevan (Darmadi, 2016).

Peningkatan mutu guru memang memerlukan proses yang panjang, dan hal inilah yang membedakan antara reputasi dan citra. Guru yang mampu menunjukkan konsistensi kepribadian serta kompetensi yang memadai akan memperkuat personal branding yang dimilikinya. Personal branding guru yang positif dalam suatu lembaga pendidikan dapat menjadi faktor penarik bagi masyarakat untuk memilih lembaga tersebut, karena mereka dapat melihat kualitas dan karakter para pendidik yang akan berinteraksi langsung dengan peserta didik.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan lembaga pendidikan Islam yang semakin pesat menuntut setiap institusi untuk mampu bersaing secara sehat dalam menarik kepercayaan masyarakat. Persaingan tersebut tidak lagi hanya bertumpu pada strategi promosi dan pencitraan lembaga, tetapi menuntut fondasi yang lebih mendasar, yaitu kualitas dan profesionalitas tenaga pendidik. Dalam konteks ini, personal branding guru menjadi elemen penting yang mampu memperkuat citra dan reputasi lembaga pendidikan Islam secara berkelanjutan.

Guru yang memiliki personal branding positif tidak hanya dikenal melalui kemampuan akademiknya, tetapi juga melalui kepribadian, konsistensi tindakan, integritas, dan keteladanan yang ditunjukkan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini selaras dengan hakikat peran guru dalam pendidikan Islam, yaitu bukan sekadar penyampai pengetahuan (*transfer of knowledge*), melainkan juga teladan moral (*uswatun hasanah*) yang menjadi rujukan peserta didik dalam membentuk sikap, karakter, dan kecintaan terhadap ilmu. Oleh karena itu, personal branding guru merupakan manifestasi nyata dari kompetensi pedagogik, sosial, kepribadian, dan profesional yang harus dimiliki oleh pendidik.

Personal branding guru terbukti memiliki dampak signifikan terhadap reputasi lembaga pendidikan Islam. Ketika guru menunjukkan profesionalisme, akhlak mulia, komunikasi efektif, serta konsistensi dalam kinerja dan keteladanan, kepercayaan publik akan meningkat. Kepercayaan tersebut akan menghasilkan persepsi positif, loyalitas peserta didik dan orang tua, serta keunggulan kompetitif bagi lembaga. Dengan demikian, reputasi lembaga bukan sekadar dibentuk melalui promosi eksternal, tetapi melalui konsistensi kualitas internal yang diwujudkan oleh pendidik sebagai wajah utama lembaga pendidikan.

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat ditegaskan bahwa peningkatan mutu personal branding guru merupakan strategi kunci dalam memperkuat citra dan daya saing lembaga pendidikan Islam. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu memberikan perhatian lebih serius terhadap pengembangan kompetensi guru melalui program pelatihan, pendampingan profesional, serta pembinaan karakter dan etos kerja. Upaya tersebut tidak hanya penting bagi keberlangsungan lembaga, tetapi juga menjadi kontribusi nyata dalam mencetak generasi berakhlak mulia, berwawasan luas, dan berdaya saing tinggi sebagaimana tujuan pendidikan nasional.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, M. M. (2022). Optimalisasi kompetensi kepribadian dan profesionalisme guru pendidikan agama Islam (PAI) dalam mengajar. *Ar Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 94–111. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.27>
- Darmadi, H. (2016). Tugas, peran, kompetensi, dan tanggung jawab menjadi guru profesional. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 13(2), 161–174. <https://doi.org/10.31571/edukasi.v13i2.113>
- Febriana, R. (2019). *Kompetensi guru*. Bumi Aksara.
- Fitriyani, M., & Nurul Fajriyah Prahastuti. (2020). *Personal branding format baru*. Laksana.
- Haroen, D. (2014). *Personal branding: Kunci kesuksesan Anda berkiprah di dunia politik*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Izi, A. N., Saputri, I. D., Rini, D. E. S., Fahrudin, F., & Izza, Z. R. (2025). Beyond the classroom: The role of personal branding in teacher professional identity construction. *Suhuf: International Journal of Islamic Studies*, 37(1), 139–150. <https://doi.org/10.23917/suhuf.v37i1.10008>
- Meifilina, A. (2022). Pelatihan personal branding dalam membangun citra diri. *Science Contribution to Society Journal*, 2(1), 32–48. <https://doi.org/10.35457/scs.v2i1.2410>
- Mubarok, M. Z., & Niswatin. (2024). Efektivitas branding dalam meningkatkan reputasi lembaga pendidikan Islam. *Jurnal Kompetensi Ilmu Sosial*, 3(1), 25–35. <https://doi.org/10.29138/jkis.v3i1.52>
- Muh Wahyuntoa, S., & Dian Hidayati, S. (2025). Strategi branding sekolah di era digital dalam meningkatkan animo masyarakat melalui pemanfaatan digital marketing. *Academy of Education Journal*, 15(2), 1260–1271. <https://doi.org/10.47200/aoej.v15i2.2419>
- Munawir, S., Salsabila, Z. P., & Nisa, N. R. (2022). Tugas, fungsi dan peran guru profesional. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 7(1), 8–12. <https://doi.org/10.29303/jipp.v7i1.327>
- Nur'asiah, M. M., & Slamet Sholeh. (2021). Peran guru PAI dalam pembentukan karakter siswa. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 6(2), 212–217. <https://doi.org/10.29303/jipp.v6i2.203>
- Patrianti, T. (2020). Mengelola citra dan membangun reputasi: Studi atas peran public relations di Universitas Muhammadiyah Jakarta. *KAIS: Kajian Ilmu Sosial*, 1(1), 44–55. <https://doi.org/10.24853/kais.1.1.34-42>
- Prayoga, F. I., Masruroh, N., & Safitri, N. V. (2024). Pentingnya profesionalisme guru dalam meningkatkan kualitas pendidikan Indonesia. *Social, Humanities, and Education Studies (SHEs): Conference Series*, 7(3), 613–622. <https://jurnal.uns.ac.id/shes>
- Risdiany, H. (2021). Pengembangan profesionalisme guru dalam mewujudkan kualitas pendidikan di Indonesia. *AL-HIKMAH: Jurnal Pendidikan Dan Pendidikan Agama Islam*, 3(2), 194–202. <https://doi.org/10.36378/al-hikmah.v3i2.1236>
- Sanjani, M. A. (2020). Tugas dan peranan guru dalam proses peningkatan belajar mengajar. *Jurnal Serunai Ilmu Pendidikan*, 6(1), 35–42. <https://doi.org/10.37755/sjip.v6i1.287>
- Sopian, A. (2016). Tugas, peran dan fungsi guru dalam pendidikan. *Raudhah Proud To Be Professionals: Jurnal Tarbiyah Islamiyah*, 1(1), 88–97. <https://doi.org/10.48094/raudhah.v1i1.10>

- Sulastri, F., Fitria, H., & Martha, A. (2020). Kompetensi profesional guru dalam meningkatkan mutu pendidikan. *Journal of Education Research*, 1(3), 258–264.
<https://doi.org/10.37985/jer.v1i3.30>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen. (2005).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, Pub. L. No. 20 (2003).