Al-Afkar : Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam ISSN : 3109-7634
Volume 02, No. 3, September 2026 : 506-518
DOI : 10.0111

Personal Branding Guru PAI dalam Membangun Kepercayaan dan Reputasi Profesional

Tetri Gustia[1], Supratman Zakir[2]
[1] Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia
Email : TetriGustia78@guru.sd.belajar.id
[2] Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, Indonesia
Email : supratman@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak
Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki peran penting dalam membentuk pengetahuan, sikap, dan karakter peserta didik. Dalam perkembangan komunikasi digital, profesionalisme guru tidak hanya dinilai melalui kemampuan mengajar, tetapi juga melalui integritas, pola komunikasi, keteladanan, dan identitas yang ditampilkan di ruang publik. Artikel ini bertujuan menganalisis personal branding guru PAI dalam membangun kepercayaan dan reputasi profesional. Metode yang digunakan adalah studi kepustakaan dengan pendekatan deskriptif-analitis terhadap literatur personal branding, identitas profesional guru, kepercayaan, reputasi, dan etika pendidikan. Hasil kajian menunjukkan bahwa personal branding yang efektif harus berlandaskan autentisitas, kompetensi, konsistensi perilaku, dan tanggung jawab etis. Kepercayaan terbentuk melalui pengalaman nyata para pemangku kepentingan, sedangkan reputasi berkembang dari penilaian yang terakumulasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, personal branding guru PAI perlu diarahkan pada penguatan kualitas profesional, keteladanan akhlak, komunikasi yang empatik, serta pengelolaan identitas digital yang bertanggung jawab.

Kata kunci : Personal Branding, Guru PAI, Kepercayaan, Reputasi Profesional, Identitas Digital.

Abstract
Islamic Religious Education (PAI) teachers play an important role in developing students' knowledge, attitudes, and character. In the digital communication era, teachers' professionalism is assessed not only through teaching competence but also through integrity, communication, exemplary conduct, and public identity. This article analyzes how personal branding can help PAI teachers build trust and professional reputation. It employs a descriptive-analytical literature review of personal branding, teacher identity, trust, reputation, and educational ethics. The findings indicate that effective personal branding must be grounded in authenticity, competence, behavioral consistency, and ethical responsibility. Trust develops through stakeholders' actual experiences, while reputation emerges from accumulated judgments over time. Therefore, PAI teachers should strengthen professional competence, moral example, empathetic communication, and responsible digital identity management.
.
Keywords*: Personal Branding, Islamic Religious Education Teacher, Trust, Professional Reputation, Digital Identity.*

Al-Afkar : Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam
Volume 02, No. 3, September 2026 : 506-518
DOI : 10.0111

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, membangun persepsi, serta menilai profesionalisme seseorang. Identitas individu tidak lagi terbentuk hanya melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui aktivitas di media sosial, publikasi digital, komunitas profesional, dan berbagai bentuk komunikasi daring. Dalam lingkungan pendidikan, perubahan tersebut membuat guru semakin mudah dikenal oleh peserta didik, orang tua, rekan kerja, dan masyarakat luas. Kondisi ini menjadikan personal branding sebagai salah satu aspek yang relevan dalam pengembangan identitas profesional guru.

Personal branding merupakan proses mengenali dan mengomunikasikan nilai, kompetensi, karakter, serta keunikan seseorang agar dapat dipahami secara jelas oleh orang lain. Peters (1997) memperkenalkan gagasan bahwa individu dapat mengelola identitas profesionalnya sebagai sebuah merek. Gagasan tersebut kemudian berkembang menjadi pendekatan yang menekankan diferensiasi, konsistensi, dan autentisitas dalam membangun identitas pribadi (Montoya & Vandehey, 2009; Rampersad, 2008). Dalam konteks profesi guru, personal branding bukan sekadar aktivitas mempromosikan diri, melainkan upaya memperlihatkan kompetensi dan kontribusi profesional melalui perilaku yang dapat dipertanggungjawabkan.

Guru Pendidikan Agama Islam (PAI) memiliki karakteristik profesional yang berkaitan erat dengan pembentukan pengetahuan keagamaan dan karakter peserta didik. Guru PAI tidak hanya bertanggung jawab menyampaikan materi mengenai akidah, ibadah, Al-Qur'an, akhlak, dan sejarah Islam, tetapi juga membantu peserta didik memahami penerapan nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, perilaku guru menjadi bagian penting dari proses pendidikan. Pesan tentang kejujuran, kedisiplinan, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap sesama akan lebih bermakna apabila tercermin dalam tindakan pengajarnya.

Dalam konteks tersebut, personal branding guru PAI perlu dibangun berdasarkan kesesuaian antara nilai yang disampaikan dan perilaku yang ditunjukkan. Branding yang hanya menonjolkan simbol keagamaan, popularitas, atau kemampuan berbicara di ruang publik tanpa disertai kompetensi dan integritas berisiko menghasilkan citra yang tidak autentik. Sebaliknya, guru yang mampu menunjukkan penguasaan materi, keadilan dalam memperlakukan peserta didik, keterbukaan terhadap kritik, dan konsistensi dalam menjalankan tanggung jawab akan memiliki

dasar yang lebih kuat untuk memperoleh kepercayaan. Hal ini sejalan dengan pandangan Rampersad (2008) bahwa autentisitas merupakan salah satu fondasi utama personal branding yang berkelanjutan.

Kepercayaan merupakan unsur penting dalam hubungan pendidikan. Peserta didik membutuhkan lingkungan belajar yang memungkinkan mereka bertanya, menyampaikan pendapat, mengakui kesalahan, dan mengembangkan kemampuan tanpa merasa direndahkan. Mayer, Davis, dan Schoorman (1995) menjelaskan bahwa kepercayaan berkaitan dengan persepsi terhadap kemampuan, niat baik, dan integritas seseorang. Ketiga unsur tersebut relevan bagi guru PAI karena keberhasilan pendidikan tidak hanya bergantung pada penguasaan materi, tetapi juga pada kemampuan membangun hubungan yang aman, adil, dan mendukung perkembangan peserta didik.

Selain kepercayaan, reputasi profesional juga menentukan bagaimana guru dipandang oleh masyarakat. Fombrun (1996) menjelaskan reputasi sebagai aset tidak berwujud yang terbentuk melalui penilaian para pemangku kepentingan terhadap tindakan dan karakter suatu pihak. Dalam dunia pendidikan, reputasi guru berkembang melalui pengalaman belajar peserta didik, komunikasi dengan orang tua, kerja sama dengan rekan sejawat, dan kontribusi terhadap lingkungan sekolah. Dengan demikian, reputasi tidak dapat dibangun hanya melalui pernyataan positif mengenai diri sendiri, tetapi memerlukan bukti perilaku yang konsisten.

Persoalan tersebut semakin penting ketika guru menggunakan media digital sebagai ruang komunikasi profesional. Media sosial dapat menjadi sarana berbagi bahan ajar, menyampaikan gagasan pendidikan, mendokumentasikan kegiatan akademik, dan membangun jaringan profesional. Namun, penggunaan media digital juga menghadirkan tantangan berupa penyalahgunaan informasi, pelanggaran privasi, kesalahpahaman komunikasi, serta ketidaksesuaian antara citra daring dan perilaku nyata. Kajian Supriadi et al. (2022) mengenai pengelolaan identitas digital guru dalam konteks profesionalisme elektronik menunjukkan relevansi pengelolaan identitas daring dalam kehidupan profesional pendidik.

Berdasarkan uraian tersebut, personal branding guru PAI perlu dikaji bukan hanya sebagai strategi komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari pengembangan profesionalisme dan pengelolaan reputasi. Artikel ini bertujuan menjelaskan konsep personal branding dalam profesi guru PAI, menganalisis hubungan personal branding dengan kepercayaan dan reputasi profesional, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi guru, serta merumuskan strategi penerapan personal branding yang autentik, etis, dan berkelanjutan.

Al-Afkar : Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam
Volume 02, No. 3, September 2026 : 506-518
DOI : 10.0111

Metode

Artikel ini menggunakan metode studi kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif-analitis. Studi kepustakaan dilakukan melalui penelaahan literatur yang relevan dengan personal branding, identitas profesional guru, kepercayaan, reputasi, komunikasi digital, serta etika profesi pendidik. Sumber yang digunakan mencakup buku akademik, artikel jurnal, dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan profesi guru di Indonesia. Analisis dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, mengidentifikasi konsep-konsep utama yang berkaitan dengan personal branding, kepercayaan, dan reputasi profesional. Kedua, menghubungkan konsep tersebut dengan karakteristik pekerjaan guru PAI, terutama perannya dalam pembelajaran agama dan pembentukan karakter peserta didik. Ketiga, menyusun sintesis berupa strategi penerapan personal branding yang dapat digunakan untuk memperkuat profesionalisme guru. Pendekatan ini bersifat konseptual sehingga tidak menggunakan pengumpulan data lapangan atau pengujian statistik. Oleh karena itu, hasil pembahasan merupakan sintesis literatur dan bukan temuan empiris yang dapat langsung digeneralisasikan kepada seluruh guru PAI.

Hasil dan Pembahasan

Hasil kajian menunjukkan bahwa personal branding merupakan proses strategis dalam membangun identitas profesional guru PAI yang mencakup kejelasan nilai, kompetensi, karakter, dan kontribusi dalam lingkungan pendidikan. Personal branding tidak dapat dipahami sebatas upaya membentuk citra positif di hadapan peserta didik, orang tua, maupun masyarakat, tetapi harus ditempatkan sebagai bagian dari pengembangan profesionalisme pendidik. Peters (1997) menekankan pentingnya pengelolaan identitas profesional, sedangkan Montoya dan Vandehey (2009) menyoroti kejelasan identitas dan diferensiasi sebagai unsur penting dalam membangun merek pribadi. Dalam konteks pendidikan Islam, diferensiasi profesional guru PAI dapat diwujudkan melalui kemampuan mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan praktik pembelajaran yang kontekstual, komunikatif, dan relevan dengan kebutuhan peserta didik. Guru dapat mengembangkan ciri khas melalui pembelajaran Al-Qur'an, penguatan akhlak, pemanfaatan teknologi pendidikan, atau pengembangan diskusi keagamaan yang terbuka dan bertanggung jawab. Dengan demikian, hasil kajian konseptual ini menegaskan bahwa personal branding yang kuat berawal dari pemahaman terhadap identitas profesional yang autentik dan berorientasi pada

peningkatan mutu pendidikan, bukan semata-mata pada popularitas atau pengakuan publik.

Identitas profesional merupakan fondasi utama dalam pembentukan personal branding guru PAI karena menentukan bagaimana seorang pendidik memahami dan melaksanakan tanggung jawab profesinya. Identitas tersebut meliputi penguasaan ilmu keislaman, kompetensi pedagogis, nilai moral, kemampuan komunikasi, serta komitmen terhadap perkembangan peserta didik. Rushton (2023) menjelaskan bahwa identitas profesional guru merupakan fenomena kompleks yang berkembang melalui perjalanan karier dan interaksi dengan lingkungan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas identitas guru tidak hanya ditentukan oleh latar belakang pendidikan formal, tetapi juga oleh pengalaman mengajar, kemampuan menghadapi persoalan pembelajaran, dan kesediaan melakukan pengembangan diri secara berkelanjutan. Dalam pelaksanaan pendidikan agama Islam, guru perlu mampu menjelaskan konsep keagamaan secara sistematis sekaligus menghubungkannya dengan persoalan kehidupan sehari-hari. Muhaimin (2012) memberikan landasan pemikiran mengenai pentingnya pengembangan pendidikan Islam agar mampu menjawab kebutuhan masyarakat yang terus berubah. Oleh karena itu, identitas profesional guru PAI perlu memadukan keteguhan terhadap nilai-nilai keislaman dengan keterbukaan terhadap inovasi pendidikan. Identitas yang demikian memungkinkan guru membangun karakter profesional yang jelas, adaptif, dan dapat dipertanggungjawabkan tanpa harus menciptakan gambaran kesempurnaan yang tidak realistis.

Pembahasan selanjutnya memperlihatkan pentingnya membedakan citra, personal branding, dan reputasi dalam memahami proses pembentukan kepercayaan terhadap guru PAI. Citra merupakan kesan yang terbentuk dalam persepsi seseorang pada waktu tertentu, sedangkan personal branding merupakan proses strategis untuk memperjelas identitas dan mengomunikasikan nilai profesional. Adapun reputasi berkembang melalui akumulasi pengalaman, informasi, serta penilaian terhadap perilaku seseorang dalam jangka waktu tertentu. Fombrun (1996) menjelaskan bahwa reputasi merupakan aset penting yang terbentuk melalui penilaian para pemangku kepentingan. Dalam lingkungan pendidikan, reputasi guru tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan menyampaikan materi, tetapi juga oleh kedisiplinan, keadilan dalam memberikan penilaian, tanggung jawab, dan kualitas hubungan interpersonal. Keller (2013) turut menjelaskan bahwa asosiasi yang terbentuk dalam pikiran khalayak berperan dalam membangun kekuatan merek. Analogi ini menunjukkan bahwa guru dapat dikenal melalui karakter tertentu, seperti komunikatif, inovatif, disiplin, atau peduli terhadap peserta didik. Meskipun demikian, asosiasi positif tersebut harus didukung oleh pengalaman nyata agar tidak berhenti pada kesan sesaat. Dengan demikian, personal branding berfungsi memperjelas identitas profesional, sedangkan

Al-Afkar : Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam
Volume 02, No. 3, September 2026 : 506-518
DOI : 10.0111

reputasi menjadi hasil dari penilaian berkelanjutan terhadap kesesuaian identitas tersebut dengan perilaku dan kinerja guru.

Kepercayaan merupakan dimensi penting yang menghubungkan personal branding dengan reputasi profesional guru PAI. Mayer et al. (1995) mengemukakan tiga karakteristik utama yang memengaruhi kepercayaan, yaitu kemampuan, niat baik, dan integritas. Kemampuan berkaitan dengan kecakapan seseorang dalam menjalankan tanggung jawab, niat baik menunjukkan kepedulian terhadap kepentingan pihak lain, sedangkan integritas mencerminkan konsistensi antara prinsip, perkataan, dan tindakan. Ketiga unsur tersebut relevan dalam pelaksanaan pendidikan agama Islam karena guru tidak hanya bertanggung jawab menyampaikan pengetahuan, tetapi juga membimbing perkembangan karakter peserta didik. Kemampuan profesional dapat ditunjukkan melalui penguasaan materi, perencanaan pembelajaran, penggunaan metode yang tepat, serta evaluasi hasil belajar yang objektif. Niat baik dapat diwujudkan melalui kesediaan mendengarkan kesulitan peserta didik, memberikan pendampingan secara proporsional, dan menghargai perbedaan kemampuan. Sementara itu, integritas terlihat dalam kejujuran, konsistensi penerapan aturan, dan keterbukaan dalam mengakui kekeliruan. Ketidakseimbangan antara ketiga unsur tersebut dapat melemahkan kepercayaan, meskipun guru memiliki citra positif di hadapan masyarakat. Oleh sebab itu, personal branding yang berorientasi pada kepercayaan harus dibangun melalui keseimbangan antara kompetensi profesional, kepedulian interpersonal, dan integritas moral.

Keteladanan menjadi unsur mendasar dalam personal branding guru PAI karena pendidikan agama memiliki orientasi yang tidak terbatas pada penguasaan pengetahuan, tetapi juga pada pembentukan akhlak dan perilaku. Peserta didik memperoleh pengalaman belajar bukan hanya melalui materi yang disampaikan, melainkan juga melalui pengamatan terhadap cara guru berinteraksi, menyelesaikan konflik, menjalankan kewajiban, dan memperlakukan orang lain. Guru yang mengajarkan kedisiplinan perlu menunjukkan tanggung jawab terhadap waktu dan pelaksanaan pembelajaran, sedangkan guru yang menanamkan kejujuran perlu menerapkan penilaian secara transparan dan menghindari manipulasi hasil belajar. Demikian pula, penyampaian nilai keadilan perlu disertai perlakuan yang tidak diskriminatif terhadap peserta didik. Keteladanan tidak berarti menuntut guru untuk selalu benar atau terbebas dari kesalahan, melainkan menekankan kesediaan untuk bertanggung jawab dan melakukan perbaikan ketika terjadi kekeliruan. Dalam perspektif ini, pengakuan terhadap keterbatasan dan kesediaan meminta maaf apabila

diperlukan justru dapat menunjukkan kematangan moral serta tanggung jawab profesional. Ketika nilai yang disampaikan selaras dengan perilaku sehari-hari, personal branding memperoleh dasar yang lebih kuat karena peserta didik dapat mengenali kesesuaian antara ajaran dan praktik. Dengan demikian, keteladanan bukan sekadar instrumen pembentukan citra, melainkan bagian integral dari profesionalisme dan tanggung jawab pendidikan Islam.

Personal branding juga berperan dalam memperkuat reputasi profesional guru PAI melalui pengembangan kompetensi dan kontribusi nyata terhadap lingkungan pendidikan. Reputasi tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang melalui pengalaman yang berulang ketika peserta didik, orang tua, rekan sejawat, dan pimpinan sekolah berinteraksi dengan guru. Seorang guru dapat mengembangkan ciri khas profesional melalui pembelajaran berbasis proyek, penggunaan media digital yang edukatif, penguatan literasi Al-Qur'an, atau pengintegrasian nilai keislaman dengan persoalan sosial. Akan tetapi, ciri khas tersebut perlu didukung oleh kemampuan yang memadai, penerapan yang konsisten, dan manfaat yang relevan bagi proses pembelajaran. Keunggulan profesional juga tidak seharusnya dipahami sebagai sarana untuk bersaing mendapatkan pengakuan yang lebih tinggi daripada rekan sejawat. Sebaliknya, identitas profesional yang jelas dapat mempermudah guru mengenali kontribusi yang dapat dikembangkan sekaligus membuka peluang berbagi pengetahuan dan pengalaman. Guru yang memiliki keahlian tertentu dapat mendukung pengembangan metode pembelajaran bersama, sementara masukan dari rekan sejawat dapat membantu meningkatkan kualitas praktik mengajar. Sejalan dengan perspektif Fombrun (1996), reputasi memiliki nilai strategis karena memengaruhi penilaian terhadap kredibilitas seseorang. Dalam konteks ini, reputasi profesional guru PAI akan lebih berkelanjutan apabila dibangun melalui kompetensi, kolaborasi, tanggung jawab, dan kontribusi yang dirasakan oleh lingkungan pendidikan.

Hubungan antara reputasi guru dan kepercayaan terhadap lembaga pendidikan menunjukkan bahwa personal branding memiliki implikasi yang melampaui kepentingan individu. Guru merupakan salah satu pihak yang berinteraksi langsung dengan peserta didik dan orang tua sehingga pengalaman mereka terhadap kualitas pembelajaran dapat memengaruhi persepsi terhadap sekolah. Dalam konteks lembaga pendidikan Islam, guru PAI memiliki posisi penting karena sering dipandang sebagai representasi pelaksanaan pendidikan agama dan penanaman nilai moral. Ketika guru memperlihatkan kompetensi, integritas, komunikasi yang baik, dan keteladanan, perilaku tersebut dapat mendukung kepercayaan terhadap penyelenggaraan pendidikan agama di lembaga tempatnya bekerja. Sebaliknya, tindakan yang tidak profesional berpotensi menimbulkan keraguan terhadap kualitas layanan dan

Al-Afkar : Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam
Volume 02, No. 3, September 2026 : 506-518
DOI : 10.0111

penerapan standar etika lembaga. Namun, reputasi institusi tidak dapat dibebankan sepenuhnya kepada seorang guru karena turut dipengaruhi kepemimpinan, kebijakan, fasilitas, budaya organisasi, dan mutu pelayanan pendidikan secara keseluruhan. Oleh karena itu, personal branding guru perlu ditempatkan sebagai salah satu unsur pendukung reputasi lembaga, bukan sebagai pengganti pembenahan sistem pendidikan. Sekolah perlu menyediakan lingkungan yang mendukung pengembangan kompetensi, komunikasi yang bertanggung jawab, perlindungan informasi peserta didik, dan mekanisme penanganan keluhan. Dukungan kelembagaan tersebut memungkinkan reputasi profesional individu berkembang secara selaras dengan tujuan organisasi dan peningkatan mutu pendidikan.

Perkembangan teknologi digital memperluas kesempatan bagi guru PAI untuk mengomunikasikan kompetensi, membagikan sumber pembelajaran, dan membangun hubungan profesional dengan masyarakat. Media digital dapat digunakan untuk menyampaikan materi keagamaan, mendokumentasikan inovasi pembelajaran, memperkenalkan kegiatan pendidikan, serta berbagi refleksi profesional yang bermanfaat. Meskipun demikian, penggunaan media sosial tidak dapat dijadikan satu-satunya ukuran keberhasilan personal branding. Jumlah pengikut, tayangan, dan tanda suka tidak selalu menggambarkan kualitas pengajaran ataupun tingkat kepercayaan peserta didik terhadap guru. Guru yang tidak aktif membuat konten digital tetap dapat memiliki reputasi profesional yang baik melalui mutu pembelajaran, kedisiplinan, dan keteladanan. Dalam membangun identitas digital, guru perlu memastikan bahwa informasi yang disampaikan memiliki dasar yang dapat dipertanggungjawabkan, menggunakan bahasa yang sesuai, dan tidak bertentangan dengan tanggung jawab profesinya. Guru PAI juga perlu berhati-hati dalam membahas persoalan agama yang melibatkan perbedaan pandangan agar penjelasan tidak kehilangan konteks atau merendahkan pihak lain. Selain itu, dokumentasi pembelajaran harus memperhatikan privasi peserta didik, termasuk perlindungan terhadap nama, nilai, kondisi keluarga, dan informasi pribadi lainnya. Dengan demikian, media digital sebaiknya diposisikan sebagai sarana pendukung komunikasi profesional, sementara fondasi utama personal branding tetap terletak pada kompetensi, integritas, autentisitas, dan manfaat nyata bagi lingkungan pendidikan.

Strategi membangun personal branding guru PAI perlu diawali dengan identifikasi nilai, keunggulan, dan kebutuhan pengembangan profesional. Guru perlu memahami karakter yang ingin dikembangkan, kompetensi yang telah dikuasai, serta kontribusi yang dapat diberikan kepada peserta didik dan lembaga pendidikan.

Montoya dan Vandehey (2009) menekankan pentingnya kejelasan identitas dan diferensiasi dalam pembentukan personal branding. Penerapannya dapat dilakukan dengan menentukan fokus pengembangan, misalnya kemampuan komunikasi edukatif, pembelajaran Al-Qur'an, pengembangan media pembelajaran, atau pengintegrasian nilai keislaman dengan isu sosial. Setelah identitas ditentukan, guru perlu memperkuatnya melalui pengembangan kompetensi pedagogis, profesional, sosial, dan kepribadian. Kegiatan tersebut dapat berupa pelatihan, seminar, membaca jurnal ilmiah, diskusi dengan rekan sejawat, serta refleksi terhadap praktik pembelajaran. Penyusunan portofolio profesional juga dapat membantu guru mendokumentasikan perangkat ajar, media pembelajaran, pengalaman pengembangan diri, dan refleksi atas pelaksanaan tugas. Portofolio tersebut berfungsi sebagai bukti perkembangan kompetensi sekaligus bahan evaluasi untuk merencanakan pengembangan karier. Namun, dokumentasi perlu disusun secara jujur dan tetap menjaga kerahasiaan informasi peserta didik. Dengan strategi yang terarah, personal branding dapat berfungsi sebagai instrumen pengembangan profesional yang menghubungkan identitas, kompetensi, dan kontribusi nyata, bukan sekadar upaya memperluas pengakuan publik.

Etika profesi merupakan landasan yang menentukan keberlanjutan personal branding guru PAI. Upaya membangun reputasi tidak boleh mengesampingkan kejujuran, keadilan, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap martabat peserta didik. Guru perlu memastikan bahwa keputusan pembelajaran didasarkan pada pertimbangan pendidikan, bukan pada kepentingan memperoleh perhatian atau perlakuan istimewa. Dalam komunikasi publik, guru juga perlu membedakan antara informasi faktual, pandangan pribadi, dan penjelasan keagamaan yang memerlukan rujukan. Penggunaan karya pihak lain harus memperhatikan hak cipta, sedangkan publikasi kegiatan pembelajaran harus mempertimbangkan kepentingan dan keamanan peserta didik. Prinsip tersebut memperlihatkan bahwa etika tidak sekadar menjadi batasan terhadap perilaku guru, tetapi juga menjadi dasar pembentukan kredibilitas profesional. Personal branding yang mengabaikan etika berisiko menciptakan kesenjangan antara identitas yang ditampilkan dan praktik yang sesungguhnya. Sebaliknya, penerapan etika secara konsisten membantu guru menjaga hubungan profesional dengan peserta didik, orang tua, rekan sejawat, dan masyarakat. Kolaborasi juga menjadi bagian penting dalam proses tersebut karena memungkinkan guru berbagi pengalaman, mengembangkan metode pembelajaran, serta memperoleh masukan untuk meningkatkan kompetensi. Oleh sebab itu, personal branding yang bertanggung jawab perlu memadukan pengembangan identitas individu dengan penghormatan terhadap kepentingan bersama dan komitmen terhadap mutu pendidikan.

Al-Afkar : Jurnal Pemikiran dan Pendidikan Islam
Volume 02, No. 3, September 2026 : 506-518
DOI : 10.0111

Evaluasi dan umpan balik merupakan mekanisme penting untuk memastikan bahwa personal branding guru PAI berkembang sesuai dengan kebutuhan profesi. Evaluasi dapat dilakukan melalui refleksi terhadap pelaksanaan pembelajaran, masukan dari rekan sejawat, komunikasi dengan orang tua, serta peninjauan terhadap hubungan guru dengan peserta didik. Umpan balik yang berulang perlu dianalisis berdasarkan bukti yang relevan agar guru tidak hanya mengandalkan persepsi pribadi dalam menilai kualitas profesionalnya. Mayer et al. (1995) menempatkan integritas sebagai salah satu unsur penting dalam membangun kepercayaan. Dalam konteks ini, kesediaan menerima kritik, mengakui kekeliruan, dan melakukan perbaikan merupakan bagian dari upaya menjaga kredibilitas. Keberhasilan personal branding karena itu dapat dievaluasi melalui kejelasan identitas profesional, konsistensi perilaku, kualitas hubungan interpersonal, perkembangan kompetensi, kontribusi terhadap pembelajaran, serta tanggung jawab dalam komunikasi digital. Indikator tersebut lebih relevan daripada sekadar popularitas atau frekuensi publikasi di media sosial karena berhubungan langsung dengan tanggung jawab pendidik. Hasil evaluasi selanjutnya dapat digunakan untuk menentukan prioritas pengembangan diri, seperti meningkatkan variasi metode pembelajaran, memperbaiki komunikasi, atau mengikuti pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya bertujuan mempertahankan citra positif, tetapi juga memastikan bahwa identitas profesional yang dikomunikasikan benar-benar tercermin dalam kualitas layanan pendidikan.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan, personal branding guru PAI dapat dipahami sebagai proses berkelanjutan yang mengintegrasikan identitas profesional, kompetensi, keteladanan, komunikasi, dan etika dalam membangun kepercayaan serta reputasi. Kajian konseptual ini menunjukkan bahwa personal branding tidak secara otomatis menghasilkan kepercayaan, sebab identitas yang disampaikan tetap harus dibuktikan melalui pengalaman nyata dan perilaku yang konsisten. Kerangka kepercayaan dari Mayer et al. (1995) menegaskan relevansi kemampuan, niat baik, dan integritas, sedangkan perspektif Fombrun (1996) membantu menjelaskan bahwa reputasi berkembang melalui akumulasi penilaian dalam jangka panjang. Bagi guru PAI, proses tersebut memiliki dimensi khusus karena identitas profesional berkaitan erat dengan tanggung jawab menyampaikan pengetahuan agama dan memberikan keteladanan moral. Perkembangan digital menyediakan peluang untuk memperluas komunikasi profesional, tetapi juga menimbulkan tantangan berupa risiko pencitraan berlebihan, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, dan pelanggaran privasi.

Oleh karena itu, keberhasilan personal branding perlu diarahkan pada peningkatan kompetensi, konsistensi akhlak, keterbukaan terhadap evaluasi, dan kontribusi terhadap lingkungan pendidikan. Perlu ditegaskan bahwa kesimpulan ini merupakan sintesis teoretis dari literatur yang dibahas, bukan hasil pengujian empiris terhadap responden. Penelitian selanjutnya dapat menguji hubungan antara personal branding, persepsi kepercayaan peserta didik dan orang tua, serta reputasi profesional guru melalui pendekatan empiris. Dengan arah tersebut, personal branding diharapkan menjadi bagian dari penguatan profesionalisme guru PAI yang autentik, etis, dan berorientasi pada peningkatan mutu pendidikan Islam.

Kesimpulan

Personal branding guru Pendidikan Agama Islam (PAI) merupakan proses membangun dan mengembangkan identitas profesional melalui keselarasan antara kompetensi, nilai, perilaku, dan komunikasi. Personal branding tidak sekadar berkaitan dengan upaya membentuk citra positif di hadapan publik, tetapi juga mencerminkan kualitas dan kontribusi nyata guru dalam menjalankan tanggung jawab pendidikan. Identitas profesional yang jelas dapat membantu guru menunjukkan keunggulan, memperkuat kredibilitas, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan peserta didik, orang tua, rekan sejawat, dan masyarakat.

Kepercayaan dan reputasi profesional terbentuk melalui konsistensi antara identitas yang dikomunikasikan dan perilaku yang ditunjukkan dalam praktik sehari-hari. Mengacu pada konsep kepercayaan dari Mayer et al. (1995), kemampuan, niat baik, dan integritas menjadi unsur penting yang perlu dimiliki guru untuk memperoleh kepercayaan dari lingkungan pendidikan. Sementara itu, reputasi berkembang melalui pengalaman dan penilaian yang terakumulasi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, personal branding yang kuat harus didukung oleh kompetensi pedagogis dan profesional, komunikasi yang efektif, keteladanan, serta tanggung jawab dalam melaksanakan tugas.

Bagi guru PAI, keteladanan memiliki kedudukan penting karena pembelajaran agama tidak hanya bertujuan meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk sikap dan perilaku peserta didik. Keselarasan antara ajaran yang disampaikan dan tindakan yang dilakukan menjadi dasar untuk membangun kredibilitas sebagai pendidik. Keteladanan juga tercermin melalui keterbukaan dalam menerima kritik, kesediaan mengakui kesalahan, dan komitmen untuk terus memperbaiki diri. Dengan demikian, guru tidak dituntut untuk selalu tampil sempurna, tetapi perlu menunjukkan integritas dan kesungguhan dalam menjalankan nilai-nilai yang diajarkan.

Di tengah perkembangan teknologi digital, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk berbagi pengetahuan, memperlihatkan praktik pembelajaran, dan memperluas jangkauan komunikasi profesional. Namun, penggunaannya perlu

disertai literasi digital, kehati-hatian dalam menyampaikan informasi, serta perlindungan terhadap privasi peserta didik. Aktivitas digital juga tidak dapat dijadikan satu-satunya ukuran keberhasilan personal branding karena kualitas pembelajaran dan hubungan profesional tetap menjadi dasar utama dalam membangun kepercayaan.

Berdasarkan uraian tersebut, personal branding guru PAI perlu dipahami sebagai proses pengembangan profesional yang berkelanjutan, bukan sekadar strategi pencitraan. Evaluasi diri, penerimaan umpan balik, peningkatan kompetensi, dan konsistensi dalam menerapkan nilai-nilai profesional merupakan langkah penting untuk mempertahankan kredibilitas dan reputasi. Pada akhirnya, personal branding yang efektif adalah identitas profesional yang autentik, dapat dipertanggungjawabkan, dan memberikan manfaat nyata bagi peserta didik serta lingkungan pendidikan. Dengan pendekatan tersebut, guru PAI dapat membangun kepercayaan dan reputasi yang tidak hanya kuat di mata masyarakat, tetapi juga berakar pada kualitas pengabdian dan integritas dalam menjalankan perannya sebagai pendidik.

Daftar Rujukan

American Psychological Association. (2017). Ethical principles of psychologists and code of conduct. [https://www.apa.org/ethics/code]

Fombrun, C. J. (1996). Reputation: Realizing value from the corporate image. Harvard Business School Press.

Guna, A. A., & Zakir, S. (2025). Personal branding guru PAI sebagai cermin reputasi lembaga pendidikan Islam. Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora, 4(4), 12–24.

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]

Keller, K. L. (2013). Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity (4th ed.). Pearson.

Kim, D., Long, Y., Zhao, Y., Zhou, S., & Alexander, J. (2021). Teacher professional identity development through digital stories. Computers & Education, 162, 104040. [https://doi.org/10.1016/j.compedu.2020.104040]

Mayer, R. C., Davis, J. H., & Schoorman, F. D. (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20(3), 709–734. [https://doi.org/10.2307/258792]

Montoya, P., & Vandehey, T. (2009). The brand called you: Create a personal brand that wins attention and grows your business. McGraw-Hill.

Muhaimin. (2012). Rekonstruksi pendidikan Islam: Dari paradigma pengembangan,

manajemen kelembagaan, kurikulum hingga strategi pembelajaran. Rajawali Pers.

Peters, T. (1997). The brand called you. Fast Company, 10, 83–90. [https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you]

Rampersad, H. K. (2008). Authentic personal branding: A new blueprint for building and aligning a powerful leadership brand. Information Age Publishing.

Rushton, E. A. C. (2023). Understanding teacher identity in teachers' professional lives: A systematic review of the literature. Review of Education, 11(2), e3417. [https://doi.org/10.1002/rev3.3417]

Selwyn, N. (2016). Education and technology: Key issues and debates (2nd ed.). Bloomsbury Academic.

Supriadi, Y., Pujasari, R. S., & Ruslan, R. (2022). Teachers digital identity management towards their current e-professionalism: A case in Indonesian EFL context. Journal of Education, Language Innovation, and Applied Linguistics, 1(1). [https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jelita/article/view/4446]

Republik Indonesia. (2003). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional.

Republik Indonesia. (2005). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen.

Republik Indonesia. (2008). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 74 Tahun 2008 tentang Guru.