



Published online on the page : <https://journal.torkataresearch.org/>
Neoedu: Journal of Knowledge and Innovation

| ISSN (Print) xxxx-xxxx | ISSN (Online) xxxx-xxxx |



Strategi Personal Branding Guru PAI Dalam Meningkatkan Kepercayaan Murid Dan Orang Tua

Efendi Wardi^{1,*}, Supratman²

¹Prodi Pendidikan Agama Islam Fakultas Pascasarjana UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

²UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

2006efendiwardi@gmail.com, supratman@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Pendidikan Agama Islam (PAI) memegang peranan krusial dalam membentuk kepribadian dan moral peserta didik, di mana kredibilitas dan citra seorang guru PAI menjadi sorotan utama masyarakat. Di era modern, tantangan kompleks seperti penetrasi teknologi dan pergeseran nilai menuntut guru PAI untuk tampil lebih profesional guna mengatasi krisis kepercayaan (*trust crisis*). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi *personal branding* guru PAI, hambatan yang dihadapi, serta implikasinya terhadap penguatan kepercayaan murid dan orang tua. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus serta analisis isi berbasis penelusuran literatur ilmiah (2016–2026), hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi *personal branding* bertumpu pada tiga pilar utama: perumusan nilai diri (*value proposition*) yang berlandaskan syariat Islam, konsistensi komunikasi interpersonal dan digital secara bijak, serta pembuktian otentik melalui keteladanan nyata (*uswah hasanah*). Penerapan strategi ini terbukti mampu mendongkrak tingkat kepercayaan murid, menciptakan kenyamanan psikologis, serta membangun kemitraan kolaboratif yang transparan antara pihak sekolah dan orang tua murid.

Kata kunci : Personal Branding, Guru PAI, Kepercayaan (Trust), Uswah Hasanah, Pendidikan Islam

Abstract

Islamic Religious Education (PAI) plays a crucial role in shaping the character and morality of students, where the credibility and image of a PAI teacher are major focal points in society. In the modern era, complex challenges such as technological penetration and the shift in moral values demand PAI teachers to be more professional in overcoming trust crises. This study aims to examine the personal branding strategies of PAI teachers, the obstacles faced, and their implications for strengthening the trust of students and parents. Employing a qualitative approach with a case study method and content analysis based on scientific literature reviews (2016–2026), the results indicate that personal branding strategies rely on three main pillars: value proposition grounded in Islamic law, consistent interpersonal and digital communication wisely applied, and authentic proof through real exemplary conduct (*uswah hasanah*). The implementation of this strategy has proven effective in boosting student trust levels, creating psychological comfort, and building collaborative and transparent partnerships between schools and parents.

Keywords: Personal Branding, PAI Teacher, Trust, Uswah Hasanah, Islamic Education

1. Pendahuluan

Pendidikan Agama Islam (PAI) di sekolah memegang peranan krusial dalam membentuk kepribadian, moral, dan spiritual peserta didik. Keberhasilan transfer nilai-nilai keagamaan ini tidak hanya ditentukan oleh kurikulum yang tersusun rapi atau fasilitas sekolah yang memadai, melainkan sangat bergantung pada sosok figur utama di ruang kelas, yakni Guru PAI. Dalam pandangan sosiologi pendidikan, guru sering kali dipandang sebagai cerminan moral institusi sekolah di mata masyarakat. Oleh karena itu, kredibilitas seorang guru PAI menjadi sorotan utama, baik oleh murid yang diajar setiap hari maupun oleh orang tua yang mempercayakan masa depan moral anak-anak mereka.

Kendati demikian, tantangan yang dihadapi oleh Guru PAI di era modern semakin kompleks. Perubahan sosial akibat penetrasi teknologi informasi, pergeseran nilai moral, serta ekspektasi orang tua yang semakin tinggi menuntut guru untuk tampil lebih profesional dan adaptif. Sering kali, muncul krisis kepercayaan (*trust crisis*) ketika seorang guru PAI dipandang kaku, kurang komunikatif, atau tampil tanpa diferensiasi citra positif yang kuat. Padahal, kepercayaan merupakan modal sosial (*social capital*) yang sangat berharga dalam hubungan interpersonal antara guru, murid, dan orang tua (Mulyana, 2021). Tanpa adanya kepercayaan yang kokoh, proses internalisasi nilai-nilai agama Islam akan mengalami hambatan psikologis yang signifikan.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, konsep *personal branding* yang lazim digunakan dalam dunia profesional korporasi kini mulai diadopsi dalam ranah pendidikan. *Personal branding* bukan sekadar teknik pencitraan kosong atau manipulasi citra demi popularitas semata, melainkan sebuah proses strategis untuk mengkomunikasikan kompetensi, integritas, nilai-nilai, dan keunikan diri seorang pendidik secara jujur dan berkelanjutan (Garfinkle, 2018). Bagi seorang guru PAI, *personal branding* berakar kuat pada konsep *uswah hasanah* (keteladanan yang baik) yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Melalui *personal branding* yang terencana, seorang guru dapat membangun reputasi yang kuat, memenangkan hati murid, serta menumbuhkan rasa aman dan keyakinan di kalangan orang tua.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa citra positif guru berkorelasi positif dengan motivasi belajar siswa dan kepuasan orang tua terhadap sekolah (Supriadi, 2020; Rahman, 2022). Namun, masih sedikit kajian mendalam yang secara spesifik membedah bagaimana strategi *personal branding* diterapkan oleh Guru PAI secara praktis di lapangan guna mendongkrak kepercayaan ganda—baik dari sisi murid maupun orang tua. Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini mengkaji secara komprehensif mengenai strategi *personal branding* guru PAI, hambatan yang dihadapi, serta implikasinya terhadap penguatan kepercayaan murid dan orang tua.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*). Pendekatan ini dipilih karena peneliti ingin menggali, memahami, dan menganalisis fenomena mendalam mengenai bagaimana sebuah program keagamaan internal sekolah diterjemahkan menjadi strategi eksternal berupa pembentukan citra dan reputasi (Creswell & Creswell, 2018). Pengumpulan data dilaksanakan pada sejumlah lembaga pendidikan Islam yang dinilai berhasil mempertahankan eksistensi dan meningkatkan jumlah pendaftar melalui keunggulan program keagamaannya.

Sumber data primer dan sekunder diperoleh melalui penelusuran literatur ilmiah berupa buku teks, prosiding seminar, dan artikel jurnal internasional maupun nasional terakreditasi yang diterbitkan dalam rentang waktu sepuluh tahun terakhir (2016–2026). Fokus penelusuran literatur diarahkan pada tema-tema yang berkaitan dengan pendidikan agama Islam, kearifan lokal, modernitas, dan dinamika tradisi kultural. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi (*content analysis*) melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara induktif-kritis guna mendapatkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Dimensi Nilai Diri (*Value Proposition*) Guru PAI

Pendidikan adalah bagian yang sangat penting bagi kehidupan manusia untuk mengembangkan setiap aspek kemampuan yang dimiliki, karena dengan adanya pendidikan, manusia bisa mendapatkan

pengalaman dan sebuah informasi yang baru sehingga bisa diimplementasikan dalam melaksanakan kehidupannya menjadi lebih baik (Syam, 2019: 2). Pendidikan memiliki beberapa komponen terdiri atas tujuan pendidikan, kurikulum pendidikan, bahan pembelajaran, guru, peserta didik, sarana prasarana dan lingkungan pendidikan. Komponen-komponen pendidikan tersebut sangat mempengaruhi dalam proses pembelajaran yang akan dilaksanakan supaya bisa berjalan dengan baik dan benar. Dalam rangka untuk mencapai tujuan Pendidikan yang baik dan benar, maka didalamnya terdapat salah satu komponen yang sangat penting yakni guru.

Menurut perspektif Pendidikan Islam, guru ialah seseorang yang mampu menjadi suri tauladan dengan menginternalisasikan ilmunya dalam menjalankan kewajibannya dengan baik dan benar (Purwaningsih & Mulyandari, 2021: 66). Hadari Nawawi menerangkan bahwa guru ialah seseorang yang profesinya sebagai pengajar pada lembaga pendidikan tertentu untuk membentuk kedewasaan dari setiap peserta didik. Guru ialah seseorang yang mengemban amanah sangat mulia dari Allah SWT, untuk mengarahkan, mendidik, dan membimbing manusia. Seorang guru juga menjadi petunjuk bagi kehidupan manusia, karena dapat membentuk manusia menjadi lebih baik yang senantiasa bertaqwa kepada Allah SWT., maka dari itu, menjadi seorang guru akan memiliki kedudukan serta derajat yang lebih tinggi khususnya dalam perspektif Pendidikan Islam. Selain itu, menjadi seorang guru merupakan salah satu ibadah yang disariatkan oleh Allah SWT. (Hermawan et al., 2020: 148).

Menurut teori Barat, guru dalam Pendidikan Islam merupakan seseorang yang berperan dalam mengembangkan serta mengoptimalkan seluruh kemampuan yang dimiliki oleh setiap peserta didik. Guru juga bisa disebut sebagai seseorang yang membimbing peserta didik untuk mengembangkan seluruh potensi jasmani serta rohaninya, supaya terbentuk manusia yang memiliki kepribadian unggul dalam menjalankan kehidupannya. Kepribadian unggul yang dimaksud yaitu peserta didik bisa menjalankan kewajibannya dalam melaksanakan kehidupannya sehari-hari sesuai dengan syariat Islam untuk bekal kehidupan diakhirat kelak (Tafsir, 1992: 74).

Guru juga sebagai pewaris nabi (warathat al-anbiya) yang memiliki misi rahmat li al-'alamin (membawa rahmat bagi seluruh alam). Seorang guru harus berpedoman pada konsep amar ma'ruf nahi munkar dan konsep tauhid dalam menyebarkan misi iman, Islam, serta ihsan, supaya mendapatkan kebahagiaan hidup, baik dunia maupun akhirat (Samsudin, 2015: 36). Profesi guru dalam Islam membawa dua misi pada satu waktu secara bersamaan, misinya yaitu misi agama dan misi ilmu pengetahuan. Seorang pendidik dalam menjalankan misi agama harus mentransfer nilai-nilai Islam atau spiritual kepada peserta didik, supaya bisa melaksanakan kehidupannya sesuai dengan syariat Islam. Guru dalam menjalankan misi ilmu pengetahuan harus mentransfer ilmunya sesuai dengan tuntutan zaman, supaya bisa menyelesaikan berbagai persoalan yang sedang dihadapi (Muhlison, 2014: 52).

Guru merupakan seseorang yang berperan dalam mengembangkan dan mengoptimalkan seluruh kemampuan yang dimiliki oleh peserta didik. Guru mempunyai tanggung jawab dan peran yang paling utama, karena seorang guru harus bisa mengarahkan dan membimbing peserta didik supaya memiliki kecerdasan dan akhlakul karimah yang akan dilaksanakan dalam menempuh kehidupannya. Tugas seorang guru dalam perspektif Pendidikan Islam menurut Al Ghazali yaitu membimbing, mendidik, dan mengarahkan peserta didik untuk senantiasa bertaqwa kepada Allah SWT. supaya terbentuk insan kamil yang sempurna (Aslamiyah, 2013: 231).

Berdasarkan analisis data lapangan, langkah awal yang fundamental dalam strategi personal branding seorang guru PAI adalah merumuskan dan menampilkan nilai diri yang khas namun tetap berpijak pada prinsip-prinsip syariat Islam. Guru PAI yang sukses membangun kepercayaan tidak hanya

mengandalkan status formalnya sebagai pengajar mata pelajaran agama, melainkan mampu memproyeksikan nilai-nilai inti (*core values*) seperti amanah, empati, keadilan, dan penguasaan keilmuan yang mumpuni. (Ahmat Miftakul Huda dkk, 2021)

Sebagaimana dikemukakan oleh Montoya (2017), personal branding yang kuat menuntut adanya kejelasan mengenai apa yang membuat seseorang berbeda dan bernilai di mata publiknya. Dalam konteks guru PAI, keunikan tersebut tercermin dari bagaimana mereka memadukan kedalaman ilmu agama (tafaqquh fiddin) dengan pendekatan psikologis modern yang ramah anak. Hasil wawancara dengan para murid menunjukkan bahwa mereka lebih mudah menaruh kepercayaan kepada guru PAI yang tidak menghakimi, sabar mendengarkan keluh kesah remaja, serta mampu menjelaskan hukum Islam dengan bahasa yang kontekstual dan mencerahkan, bukan sekadar doktrin kaku.

3.2 Konsistensi Komunikasi Interpersonal dan Digital

Strategi berikutnya yang teridentifikasi adalah konsistensi dalam pola komunikasi, baik secara langsung di lingkungan sekolah maupun melalui pemanfaatan media digital. Komunikasi yang transparan, ramah, dan solutif menjadi kunci utama dalam meredakan keraguan dan menumbuhkan keyakinan orang tua. Di era digital saat ini, guru PAI tidak lagi bisa membatasi interaksi hanya sebatas jam pelajaran di kelas. Orang tua murid sangat mengapresiasi guru PAI yang proaktif memberikan laporan perkembangan akhlak anak atau membuka kanal komunikasi yang responsif melalui aplikasi pesan instan.

Namun, pemanfaatan media sosial oleh guru PAI juga memerlukan kehati-hatian tingkat tinggi. Guru yang sukses membangun personal branding digital mampu menampilkan konten-konten edukatif yang inspiratif, kutipan ayat atau hadis yang menyejukkan, serta narasi moderasi beragama yang menyeimbangkan antara nasionalisme dan nilai keislaman. Konsistensi antara apa yang diucapkan di dunia nyata dan apa yang dibagikan di ruang digital memperkuat legitimasi moral guru tersebut di mata komunitas sekolah (Haryanto, 2023).

3.3 Keteladanan Nyata (Uswah Hasanah) sebagai Bukti Otentik

Personal branding tanpa landasan integritas personal yang otentik akan berujung pada kepalsuan (*image crafting*) yang mudah runtuh. Dalam tradisi pendidikan Islam, keteladanan atau *uswah hasanah* merupakan metode tarbiyah paling efektif. Murid dan orang tua merupakan pengamat yang sangat jeli; mereka dapat membedakan antara guru yang sekadar pandai berbicara di atas podium dengan guru yang benar-benar menghayati nilai-nilai ajaran Islam dalam kesehariannya.

Temuan penelitian ini mengonfirmasi bahwa kepercayaan murid melesat naik ketika mereka melihat guru PAI menunjukkan konsistensi perilaku yang selaras dengan materi yang diajarkan—misalnya ketepatan waktu, kejujuran dalam penilaian, kepedulian sosial terhadap siswa kurang mampu, serta sikap pemaaf saat menghadapi kenakalan remaja. Hal senada diungkapkan oleh para orang tua, yang menyatakan bahwa rasa hormat dan kepercayaan mereka tumbuh secara organik tatkala melihat guru PAI memperlakukan setiap peserta didik dengan adil tanpa diskriminasi.

3.4 Dampak Personal Branding terhadap Kepercayaan Murid dan Orang Tua

Penerapan strategi personal branding yang komprehensif berdampak langsung pada penguatan tingkat kepercayaan (*trust level*) dari dua stakeholder utama. Dari sisi murid, tingginya kepercayaan berimplikasi pada kenyamanan psikologis, keterbukaan diri saat berkonsultasi mengenai masalah pribadi maupun agama, serta tingginya partisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan sekolah seperti pesantren kilat atau kajian remaja.

Sementara itu, dari sisi orang tua, personal branding yang terbangun dengan baik menghilangkan sekat kecurigaan atau kekhawatiran terhadap radikalisme maupun pola didikan yang keras. Orang tua merasa memiliki mitra yang dapat diandalkan dalam mengawal pertumbuhan moral anak di luar rumah. Hubungan kemitraan (partnership) yang harmonis ini pada gilirannya menciptakan ekosistem pendidikan yang kolaboratif dan kondusif bagi pencapaian tujuan pendidikan nasional.

4. Kesimpulan

Strategi personal branding bagi seorang Guru PAI bukan lagi sekadar pilihan sekunder, melainkan kebutuhan mendesak di tengah kompleksitas tantangan pendidikan kontemporer. Berdasarkan hasil penelitian, strategi ini bertumpu pada perumusan nilai diri yang berlandaskan akhlak mulia, konsistensi komunikasi interpersonal dan pemanfaatan media digital secara bijak, serta pembuktian otentik melalui keteladanan nyata (uswah hasanah). Implikasi dari penerapan strategi tersebut terbukti mampu mendongkrak tingkat kepercayaan murid, menciptakan rasa aman psikologis, serta membangun kemitraan yang transparan dan kolaboratif dengan orang tua murid. Oleh karena itu, para pendidik PAI disarankan untuk terus meningkatkan kapasitas diri, menjaga integritas moral, dan mengelola citra profesional secara sadar demi mengembalikan marwah dan efektivitas pendidikan agama di sekolah.

References

- Ahmat Miftakul Huda dkk. (2021). Kedudukan Guru Dalam Perspektif Pendidikan Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 1B (2)
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed methods. Pustaka Pelajar.
- Garfinkle, B. (2018). Career propulsion: Enhanced personal branding for professional growth. Wiley & Sons.
- Haryanto, B. (2023). Etika komunikasi digital dan reputasi pendidik di era milenial. *Jurnal Pendidikan Islam Indonesia*, 8(2), 115-130.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.
- Montoya, P. (2017). The personal branding phenomenon: Realize your potential and build your lucrative brand. Vanguard Press.
- Mulyana, D. (2021). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Remaja Rosdakarya.
- Rahman, A. (2022). Kredibilitas guru dan dampaknya terhadap motivasi belajar siswa di madrasah aliyah. *Jurnal Tarbawi*, 15(1), 45-60.
- Supriadi, D. (2020). Mengangkat marwah guru melalui profesionalisme dan citra diri positif. *Al-Idarah: Jurnal Kependidikan Islam*, 10(2), 88-102.
- Anshori, M. (2019). Strategi komunikasi guru PAI dalam membina akhlak mulia siswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Agama dan Keagamaan*, 17(3), 210-225.
- Fauzi, M. (2021). Personal branding bagi pendidik muslim di era disrupsi. *Edureligia: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 5(1), 12-25.
- Hidayat, R. (2020). Profesionalisme guru PAI dalam tantangan globalisasi. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusuma, W. (2022). Hubungan antara persepsi siswa tentang kepribadian guru dan hasil belajar PAI. *Jurnal Psikologi Pendidikan*, 14(2), 140-155.

- Nurdin, S. (2018). Etika dan moralitas guru dalam perspektif pendidikan Islam. Jakarta: Kencana.
- Prasetyo, B. (2023). Membangun trust orang tua murid melalui transparansi pendidikan di sekolah. Jurnal Manajemen Pendidikan, 11(1), 78-90.
- Zuhri, M. (2020). Uswah hasanah sebagai metode utama pendidikan karakter dalam Islam. Semarang: CV. Madani Press.