



Penguatan Kompetensi Guru dalam Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Untuk Branding dan Promosi Sekolah

Sony Zulfikasari^{1*}, Malarsih², Arief Arfriandi³, Muhammad Mukhlis⁴

^{1, 2, 3} Universitas Negeri Semarang, Indonesia

⁴ Labschool Universitas Negeri Semarang, Indonesia

*Corresponding author: zulfike@mail.unnes.ac.id

Received 04-03-2025

Revised 11-03-2025

Published 16-03-2025

ABSTRAK

Penguasaan TIK menjadi keterampilan penting bagi sekolah untuk memperkuat branding dan citra positif di era digital. Selain sebagai alat pengajaran, TIK berperan dalam pengelolaan informasi, komunikasi, dan promosi melalui media digital. Namun, tantangan seperti keterbatasan keterampilan dan fasilitas perlu diatasi melalui pelatihan intensif dan dukungan manajemen. Pengabdian ini berfokus pada optimalisasi keterampilan guru dalam pengelolaan TIK untuk branding sekolah. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan, pengembangan program, pelaksanaan, serta evaluasi dan pendampingan. Hasil menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari rata-rata 2.31 sebelum kegiatan menjadi 3.65 setelahnya, dengan peningkatan sebesar 1.34 pada skala 4. Ini menunjukkan perubahan positif dalam pemahaman guru terkait pemanfaatan TIK untuk branding sekolah, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan reputasi sekolah di era digital.

Kata kunci: Branding, Promosi Sekolah, TIK

ABSTRACT

Mastery of ICT is essential for schools to enhance branding and public image in the digital era. Beyond its role in education, ICT aids in managing information, communication, and digital promotion through websites and social media. However, challenges like limited ICT skills and resources require comprehensive training, facility improvements, and strong management support. This community service initiative aimed to equip teachers with ICT skills for school branding through needs analysis, program development, implementation, evaluation, and mentoring. Results showed a significant improvement in participants' understanding, with scores rising from an average of 2.31 to 3.65 on a 4-point scale—an increase of 1.34 points. This demonstrates the effectiveness of the initiative in enhancing ICT competency for school branding, ultimately strengthening schools' competitiveness and reputation.

Keywords: Branding, ICT, School promotion

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari, termasuk di dunia pendidikan. Dalam konteks pendidikan, TIK tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu pengajaran, tetapi juga sebagai sarana untuk mengelola informasi, memperluas jangkauan komunikasi, serta mempromosikan keunggulan dan nilai-nilai yang diusung oleh sekolah. Dengan memanfaatkan TIK



secara optimal, sekolah dapat menciptakan citra yang positif di mata masyarakat, baik di lingkungan sekitar maupun dalam skala yang lebih luas. Pengembangan profesional bagi guru harus relevan dengan konteks dan kebutuhan spesifik guru, selaras dengan tuntutan akuntabilitas eksternal dan tujuan peningkatan sekolah. Relevansi ini dapat ditingkatkan melalui dukungan kepemimpinan dan penggunaan teknologi untuk menyesuaikan pengalaman belajar (Fairman et al., 2023; Sokel, 2019).

Keterampilan TIK mencakup berbagai aspek, mulai dari penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak, penguasaan internet dan media sosial, hingga kemampuan mengelola konten digital dan informasi secara efektif. Keterampilan TIK adalah kompetensi seseorang dalam mengoperasikan perangkat TIK. Perangkat TIK diantaranya meliputi komputer atau laptop, Handphone, serta mengolah informasi untuk di sampaikan ke orang lain. Di era digital seperti sekarang, sekolah harus mampu memanfaatkan berbagai platform digital untuk menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi dengan berbagai pihak, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat luas. Penggunaan media sosial, website sekolah, dan aplikasi pendidikan menjadi sangat penting dalam membangun branding yang kuat. Oleh karena itu, pengembangan keterampilan TIK di kalangan pendidik dan tenaga kependidikan menjadi suatu keharusan agar mereka dapat berperan aktif dalam upaya branding sekolah.

Selain itu, pengoptimalan keterampilan TIK juga berhubungan erat dengan peningkatan kualitas pembelajaran. Dengan penguasaan TIK, guru dapat menciptakan materi pembelajaran yang lebih menarik dan interaktif, sehingga proses belajar mengajar menjadi lebih efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan kualitas pendidikan yang diberikan, tetapi juga memperkuat citra sekolah sebagai institusi yang modern dan berorientasi pada kemajuan teknologi. Sekolah yang mampu menghadirkan pembelajaran berbasis TIK dengan baik akan memiliki daya tarik tersendiri bagi calon siswa dan orang tua. Meta-analisis menunjukkan bahwa penggunaan TIK dalam proses pembelajaran secara signifikan meningkatkan hasil belajar siswa dibandingkan dengan kelompok yang tidak menggunakan TIK. Sekolah perlu melakukan penilaian kondisi dan memilih implementasi TIK yang sesuai untuk meningkatkan kualitas proses pembelajaran dan literasi teknologi siswa. Sebuah penelitian yang dilakukan di Kenya menunjukkan bahwa intervensi TIK, seperti tablet dan e-reader, secara signifikan meningkatkan hasil belajar siswa dalam bahasa Inggris dan Kiswahili, menunjukkan bahwa TIK dapat menjadi alat yang efektif jika dimasukkan ke dalam reformasi pembelajaran (Piper et al., 2015). Penelitian lainnya, efektivitas TIK dalam pendidikan sering kali bergantung pada seberapa baik TIK diintegrasikan ke dalam program pengajaran. Penelitian di pedesaan Tiongkok menunjukkan bahwa program TIK yang diintegrasikan ke dalam kurikulum pengajaran menghasilkan peningkatan nilai ujian siswa, sehingga menguntungkan siswa yang berprestasi tinggi dan rendah. Sebaliknya, program TIK yang tidak terintegrasi tidak menunjukkan peningkatan kinerja pendidikan yang signifikan (Bai et al., 2016). Sebuah meta-analisis mengungkapkan bahwa siswa dengan literasi TIK yang lebih tinggi cenderung

memiliki prestasi akademik yang lebih baik, khususnya di lingkungan sekolah menengah atas. Studi ini juga menemukan bahwa keterampilan TIK yang diterapkan mempunyai dampak positif yang lebih kuat terhadap hasil akademik dibandingkan dengan keterampilan teoritis (Lei et al., 2021).

Namun, masih banyak sekolah yang belum optimal dalam memanfaatkan TIK untuk branding. Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini antara lain adalah kurangnya pemahaman dan keterampilan TIK di kalangan guru dan tenaga kependidikan, terbatasnya sarana dan prasarana TIK di sekolah, serta minimnya dukungan dari pihak manajemen sekolah dalam hal pengembangan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang sistematis dan terencana untuk meningkatkan keterampilan TIK di kalangan pendidik dan seluruh elemen sekolah.

TIK memiliki peran penting dalam promosi sekolah dan peningkatan branding. Berikut beberapa peran TIK dalam promosi: Meningkatkan keterlibatan visual: Teknologi multimedia, seperti video, gambar, dan animasi, dapat menarik perhatian audiens dan memberikan informasi secara lebih efektif dan menarik tentang sekolah (Nauvalia & Setiawan, 2022). Meningkatkan interaksi dan kolaborasi: TIK memungkinkan siswa, guru, dan pemangku kepentingan lain untuk berkomunikasi dan bekerja sama secara efisien, menciptakan lingkungan belajar yang lebih interaktif dan inklusif (Ariyanti & Syahrani, 2023). Meningkatkan daya tarik visual: Teknologi multimedia, seperti video, gambar, dan animasi, dapat menarik perhatian audiens dan memberikan informasi secara lebih efektif dan menarik tentang sekolah (Rosadi et al., 2022). Meningkatkan keterlibatan visual: Teknologi multimedia, seperti video, gambar, dan animasi, dapat menarik perhatian audiens dan memberikan informasi secara lebih efektif dan menarik tentang sekolah (Pratama & Wahyudin, 2023).

Sekolah dapat membangun branding yang kuat dan positif dengan mengoptimalkan keterampilan TIK, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing dan menarik minat calon siswa. Dalam jangka panjang, hal ini akan berkontribusi pada peningkatan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah serta memperkuat posisi sekolah sebagai institusi pendidikan yang unggul dan berdaya saing tinggi di era digital. Oleh karena itu, upaya optimalisasi keterampilan TIK harus menjadi prioritas dalam pengembangan sekolah agar mampu menjawab tantangan dan kebutuhan zaman. Tujuan pengabdian ini adalah peserta mampu mengidentifikasi branding diri dan branding sekolah dengan mengoptimalkan TIK sebagai sarana branding dan promosi sekolah ke masyarakat.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dipakai adalah melakukan pelatihan dengan menggunakan tahapan sebagai berikut yaitu analisis kebutuhan, pengembangan program yang dibutuhkan, pelaksanaan program dan evaluasi. Pengabdian ini dilaksanakan selama satu hari, dengan sasaran yaitu guru dan juga guru yang mendapatkan tugas tambahan sebagai kepala sekolah. Adapun sasaran peserta sejumlah 60 peserta.

Pada tahap analisis kebutuhan dilakukan analisis terhadap potensi organisasi dan guru, serta identifikasi permasalahan yang biasa terjadi. Analisis ini bertujuan untuk memahami kebutuhan yang ada sebelum menentukan langkah lebih lanjut

Berikutnya tahap alternatif program/Solusi. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, langkah berikutnya adalah mengembangkan alternatif program atau solusi. Program ini ditujukan untuk meningkatkan potensi positif dan memecahkan masalah yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya. Tahap ini tim pengabdian memberikan formulir yang diisi oleh peserta berisi potensi organisasi, Potensi diri sendiri (guru), keunggulan organisasi dan kebanggaan organisasi.

Tahap berikutnya adalah pendampingan. Setelah memilih program atau solusi yang sesuai, tahap pendampingan dilakukan untuk mendukung sumber daya manusia (SDM) dan mengoptimalkan fasilitas yang sudah dimiliki. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan program berjalan dengan efektif dan sesuai rencana.

Terakhir yaitu evaluasi hasil. Tahap terakhir adalah evaluasi pelaksanaan program. Evaluasi ini digunakan untuk menilai keberhasilan program dan membuat rekomendasi lanjutan, yang dapat digunakan untuk perbaikan atau pengembangan di masa depan. Setelah melaksanakan kegiatan pengabdian. Peserta di berikan angket skala likert 1 sampai 4 dengan mengidentifikasi beberapa aspek pemahaman branding dan potensi diri sebagai berikut:

1. Pemahaman tentang arti/ pengertian Branding
2. Pemahaman Manfaat Branding diri &/ organisasi
3. Pemahaman menentukan branding diri &/ organisasi
4. Memahami Kebutuhan dalam membentuk branding
5. Memahami kesadaran potensi diri
6. Memahami kesadaran potensi lingkungan untuk support potensi diri &/ potensi organisasi
7. Pemahaman pentingnya sinkronisasi tujuan diri dengan tujuan organisasi
8. Pemahaman sosial media /dampak perkembangan teknologi terhadap kesuksesan branding

HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan pengabdian dilakukan pada bulan Mei 2024 di Gedung Aula Labschool UNNES Jl. Menoreh Tengah X No.04 Sampangan, Kec. Gajahmungkur, Kota Semarang, Jawa Tengah 50232, Indonesia. Adapun rincian peserta sebagai berikut:

Tabel 1 Deskripsi Data Peserta

Jenjang	Kepala Sekolah	Guru	Jumlah (orang)
Tanan Kanak-kanak / Usia Dini	8	19	27
Sekolah Dasar	9	24	33
Total (orang)	17	43	60

Pengabdian ini lakukan dengan membagikan angket sebelum dan sesudah kegiatan mengenai branding dan potensi diri. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan pembagian angket awal (pre-test) untuk mengukur pemahaman peserta terkait

mengenai branding dan potensi diri. Pre-test ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta sebelum diberikan materi dan bimbingan lebih lanjut. Setelah pre-test, peserta diberikan materi tentang branding dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk mendukung branding diri serta branding sekolah.

Materi di sajikan oleh Tim Pengabdian yang telah disiapkan sesuai dengan keahliannya. Materi menekankan pentingnya identitas profesional guru dalam membangun citra positif di lingkungan sekolah serta peran TIK yang dapat dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan dan pengaruh branding. Materi yang disajikan diantaranya adalah potensi diri, media digital yang bisa di gunakan untuk promosi, pelatihan editing gambar dan video untuk menyiapkan konten promosi.

Setelah penyampaian materi peserta diberikan instrumen lembar kerja yang dirancang untuk membantu mereka mengeksplorasi potensi diri dan bagaimana hal tersebut dapat dikembangkan untuk memperkuat branding sekolah. Peserta diminta untuk mengidentifikasi keunggulan pribadi yang dapat berkontribusi dalam membangun citra sekolah.

Tabel 2 Lembar Kerja Analisis Potensi Organisasi

Aspek	Uraian
Potensi Organisasi yang bisa di kembangkan lagi	Jumlah Guru: ... orang guru Karakteristik keahlian masing-masing Guru, bisa di kategorikan jika mempunyai kesamaan:
Keunggulan/ kelebihan Organisasi	
Permasalahan yang biasa muncul dalam Organisasi	Faktor Guru: Faktor Keuangan Organisasi:.... Faktor Sarpras: ... Faktor kecakupan Materi Pelajaran: Faktor Inovasi mengajar: ... Lainya...
Akar masalah	Faktor Guru: Faktor Keuangan Organisasi:.... Faktor Sarpras: ... Faktor kecakupan Materi Pelajaran: Faktor Inovasi mengajar: ... Lainya...
Alternatif Solusi & Rekomendasi	Faktor Guru: Faktor Keuangan Organisasi:.... Faktor Sarpras: ... Faktor kecakupan Materi Pelajaran: Faktor Inovasi mengajar: ... Lainya...

Tabel 3 Lembar Kerja Analisis Potensi Diri/ Guru

Aspek	Uraian
Potensi Diri	Karakteristik potensi diri....
Keunggulan/ kelebihan diri	
Permasalahan yang di hadapi diri	Faktor Internal (minat/bakat)... 1. Kemampuan Laten diri 2. Kesadaran Diri 3. Minat – Bakat 4. Mengambil Tindakan 5. Menantang Pembicaraan Negatif Diri

Aspek	Uraian
	6. Lainnya
	Faktor Eksternal
	1. Dikelilingi oleh dukungan
	2. Menghindari Perbandingan dengan Orang Lain
	3. Memeluk Tantangan
	4. Keseimbangan Hidup-Kerja
	5. Lainnya
Akar masalah	
Alternatif Solusi yang bisa di upayakan	

Tabel 4 Lembar Kerja Kecenderungan Branding Organisasi

Aspek	Uraian
Visi Misi Organisasi	
Keunggulan / Kekuatan yang di miliki organisasi	Akademik siswa:.... Non Akademik siswa:.... Guru:.... Lainya:....
Apakah keunggulan sudah selaras dengan visi misi?	Ya/ belum, jika belum aspek apa yang harus di perbaiki...
Apakah Potensi Guru sudah selaras dengan visi misi organisasi?	Ya/ belum, jika belum aspek apa yang harus di perbaiki...
Berdasarkan keunggulan tersebut, maka kalimat yang cocok untuk menjadi label kebanggaan adalah?	

Selanjutnya, peserta merumuskan ciri khas keunggulan masing-masing, baik sebagai individu maupun dalam konteks organisasi. Proses ini bertujuan untuk membantu peserta menemukan faktor pembeda yang dapat menjadi daya tarik utama dalam branding diri dan branding sekolah. Diskusi dan refleksi dilakukan agar peserta lebih memahami nilai-nilai yang dapat diangkat dalam strategi branding mereka.

Sebagai tahap akhir, peserta mengisi angket post-test untuk mengevaluasi pemahaman mereka setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Hasil post-test menunjukkan peningkatan kesadaran dan pemahaman peserta terhadap konsep branding, serta kemampuan mereka dalam merancang strategi branding yang lebih efektif baik untuk diri sendiri maupun sekolah tempat mereka mengabdikan. Berikutnya hasil dari pengisian angket post-test adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Rata-rata pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan

Aspek	Sebelum_Kegiatan	Sesudah_Kegiatan
Aspek_1	2.30	3.60
Aspek_2	2.38	3.63
Aspek_3	2.13	3.63
Aspek_4	2.20	3.57
Aspek_5	2.37	3.70
Aspek_6	2.37	3.70
Aspek_7	2.31	3.63
Aspek_8	2.40	3.73
Rata - rata	2.31	3.65

Peningkatan pemahaman secara keseluruhan dari sebelum hingga sesudah kegiatan kurang lebih sebesar 1.34. Hal ini menunjukkan adanya perubahan positif

pada tingkat pemahaman pada seluruh aspek yang dievaluasi. Persentase peningkatan pemahaman dari sebelum ke sesudah kegiatan kurang lebih sebesar 58.21%. Hal ini bisa diartikan adanya peningkatan signifikan pada tingkat pemahaman, yang mencerminkan efektivitas kegiatan.

Peserta memiliki pemahaman yang solid mengenai branding, baik untuk pengembangan pribadi maupun institusi pendidikan. Berdasarkan hasil ini, tampak bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap konsep branding, dan langkah selanjutnya adalah melanjutkan pendampingan untuk implementasi. Berikutnya adalah sekolah membuat konten promosi dari hasil telaah branding tersebut.



Gambar 1 Dokumentasi Kegiatan



Gambar 2 Penyampaian Materi Pengabdian



Gambar 3 Pengisian Lembar Kerja Kegiatan

Branding bukan sekadar menciptakan logo atau slogan, tetapi merupakan identitas dan citra keseluruhan yang ingin disampaikan oleh sebuah bisnis atau individu kepada audiens. Branding yang kuat membantu membedakan dari kompetitor, membangun hubungan emosional dengan audiens, serta menciptakan kesan yang konsisten. Bagi seorang guru, personal branding memungkinkan mereka untuk menonjolkan keunikan dan keahlian dalam mengajar, menciptakan pengalaman pembelajaran yang berkesan bagi siswa, serta meningkatkan pengakuan profesional dan daya saing di dunia pendidikan (Kravchenko & Bazhan, 2022). Sementara itu, bagi sekolah, branding yang efektif dapat meningkatkan reputasi, menarik minat calon siswa dan orang tua, serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pendidikan yang diberikan. Personal branding adalah kunci dalam membentuk citra positif guru, berkontribusi terhadap pengembangan profesional mereka, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar tenaga kerja (Kudyrko, 2023).

Pengabdian ini menekankan juga dengan kesadaran potensi diri. Branding yang kuat harus berakar pada keunikan dan kekuatan pribadi, termasuk nilai, keterampilan, serta gaya mengajar yang membedakan seorang guru dari yang lain. Dalam konteks institusi, ketika setiap guru memiliki personal branding yang kuat dan selaras dengan visi sekolah, hal ini sangat berkontribusi terhadap citra positif sekolah secara keseluruhan. Branding yang dibangun dengan pemahaman diri yang mendalam lebih mudah diterima, meningkatkan kredibilitas, serta mempermudah pencapaian tujuan profesional dan institusional (Grasiano & Paulo, 2024). Personal branding yang strategis, berdasarkan nilai dan kompetensi seseorang, dapat meningkatkan karier seseorang dan memberikan hasil melalui peningkatan visibilitas dan pengakuan (Rangarajan et al., 2017).

Berikutnya pengabdian ini menyorot pada cara orang lain menilai orang lain dan menggunakan media sosial sebagai sarana penting. Dukungan dari teman dan media sosial berperan besar dalam membangun personal branding seorang guru, sekaligus memperkuat branding sekolah. Kolega dan komunitas profesional dapat memberikan wawasan objektif tentang bagaimana seorang guru dipersepsikan, memberikan masukan yang berharga dalam memperbaiki atau menonjolkan aspek tertentu yang relevan dengan branding. Personal branding di media sosial dapat ditingkatkan melalui berbagi aktivitas, cerita, dan pengalaman menarik, serta dapat menarik para pelaku usaha dan pemilik merek untuk memasarkan usahanya melalui influencer (Vițelar, 2019). Sebagai contoh, seorang guru yang ingin dikenal sebagai pendidik inovatif perlu menunjukkan bukti nyata melalui postingan mengenai teknik pengajaran kreatif, penggunaan teknologi dalam pendidikan, atau hasil dari proyek-proyek kolaboratif yang melibatkan siswa (Arlinwibowo et al., 2022). Pendidik dapat membangun citra dan reputasi positif melalui personal branding di platform media sosial, sehingga bermanfaat bagi pengembangan karir dan meningkatkan reputasinya (Fitria, 2023).

Pengabdian ini juga menekankan bahwa personal branding guru dan sekolah menjadi hal yang krusial untuk strategi promosi branding. Personal branding guru dan

branding sekolah memiliki hubungan yang erat dan saling mendukung. Guru dengan personal branding yang kuat dapat memperkuat citra positif sekolah, sementara branding sekolah yang baik dapat memberikan dukungan bagi personal branding guru. Pelaksanaan kegiatan pengabdian berjalan relatif lancar, terdapat sedikit kendala dalam tindak lanjut karena pemantauan dampak jangka panjang pengabdian ini harus dilakukan secara individu di setiap sekolah yang berbeda-beda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan, dengan kenaikan skor pemahaman sebesar 1.34 dan persentase peningkatan sebesar 58.21%. Hal ini berarti peserta mampu mengidentifikasi potensi diri dan merumuskan ciri khas keunggulan masing-masing sebagai bagian dari strategi branding pribadi dan institusi. Berikutnya untuk optimalisasi pemanfaatan TIK dalam branding sekolah, diperlukan pendampingan berkelanjutan bagi guru, dukungan sarana dan prasarana, serta secara aktif untuk memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan berbagai kegiatan dan pencapaian prestasi dan promosi sekolah. Selain itu, melakukan evaluasi dan pelatihan lanjutan untuk peningkatan keterampilan guru sesuai dengan perkembangan teknologi terkini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) UNNES dan Peserta Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanti, S. W., & Syahrani, D. (2023). Sosialisasi Internet Positif untuk Anak Usia Sekolah Dasar di SD Negeri 2 Ngemplak. *Jurnal Bina Desa*, 5(1), 66–70. <https://doi.org/10.15294/jbd.v5i1.41135>
- Arlinwibowo, J., Retnawati, H., & Kartowagiran, B. (2022). The impact of ICT utilization to improve the learning outcome: A meta-analysis. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, 11(2), 522. <https://doi.org/10.11591/ijere.v11i2.22112>
- Bai, Y., Mo, D., Zhang, L., Boswell, M., & Rozelle, S. (2016). The impact of integrating ICT with teaching: Evidence from a randomized controlled trial in rural schools in China. *Computers & Education*, 96, 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.02.005>
- Fairman, J. C., Smith, D. J., Pullen, P. C., & Lebel, S. J. (2023). The challenge of keeping teacher professional development relevant. *Professional Development in Education*, 49(2), 197–209. <https://doi.org/10.1080/19415257.2020.1827010>
- Fitria, T. N. (2023). Lecturer's Personal Branding in the Digital Era: Building Good Reputation and Positive Image through Social Media. *International Journal of Business, Humanities, Education and Social Sciences (IJBHES)*, 5(2), 76–87. <https://doi.org/10.46923/ijbhes.v5i2.269>

- Grasiano, M., & Paulo, R. (2024). Personal Branding: Diagnostic Model And Process For Enhancing The Personal Brand. *RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar - ISSN 2675-6218*, 5(1), e515635. <https://doi.org/10.47820/recima21.v5i1.5635>
- Kravchenko, S. O., & Bazhan, S. P. (2022). PERSONAL BRANDING AS A MODERN PROFESSIONAL COMPETENCE OF A FUTURE TEACHER. *Innovate Pedagogy*, 2(48), 124–127. <https://doi.org/10.32843/2663-6085/2022/48.2.24>
- KUDYRKO, O. (2023). Personal Branding As A Tool For Professional Development Of A Teacher. *Dnipro Academy of Continuing Education Herald. Series: Public Management and Administration*, 45–49. <https://doi.org/10.54891/2786-698X-2023-2-9>
- Lei, H., Xiong, Y., Chiu, M. M., Zhang, J., & Cai, Z. (2021). The relationship between ICT literacy and academic achievement among students: A meta-analysis. *Children and Youth Services Review*, 127, 106123. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2021.106123>
- Nauvalia, N., & Setiawan, I. (2022). Peran media “Tik Tok” dalam memperkenalkan budaya Bahasa Indonesia. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 6(1), 126–138. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i1.20409>
- Piper, B., Jepkemei, E., Kwayumba, D., & Kibukho, K. (2015). Kenya’s ICT Policy in Practice: The Effectiveness of Tablets and E-readers in Improving Student Outcomes. *FIRE: Forum for International Research in Education*, 2(1). <https://doi.org/10.18275/fire201502011025>
- Pratama, A., & Wahyudin, W. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Oleh Rumah Tangga Untuk Kehidupan Sehari-hari. *Journal of Information Technology and Society*, 1(2), 5–8. <https://doi.org/10.35438/jits.v1i2.29>
- Rangarajan, D., Gelb, B. D., & Vandaveer, A. (2017). Strategic personal branding—And how it pays off. *Business Horizons*, 60(5), 657–666. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.05.009>
- Rosadi, A., Marwiji, M. H., & Supiyandi, D. (2022). Peningkatan Pendapatan Umkm Masyarakat Desa Dengan Menerapkan Metode Branding Dan Pemasaran Melalui Media Sosial Masa Pandemi Covid-19. *Pastabiq : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 11–16. <https://doi.org/10.56223/pastabiq.v1i1.2>
- Sokel, F. (2019). The effectiveness of a professional development course: teachers’ perceptions. *ELT Journal*, 73(4), 409–418. <https://doi.org/10.1093/elt/ccz022>
- Vişlar, A. (2019). Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257–268. <https://doi.org/10.25019/mdke/7.2.07>