KERANGKA ACUAN PROGRAM PEMBELAJARAN

BIMBINGAN TEKNIS PENGUATAN *PERSONAL BRANDING* BAGI APARATUR SIPIL NEGARA (ASN)

2026

PUSAT PENGEMBANGAN KOMPETENSI MANAJEMEN, KEPEMIMPINAN DAN MODERASI BERAGAMA
BADAN MODERASI BERAGAMA DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
2026

KEPUTUSAN KEPALA PUSAT PENGEMBANGAN KOMPETENSI MANAJEMEN, KEPEMIMPINAN DAN MODERASI BERAGAMA
BADAN MODERASI BERAGAMA DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
NOMOR: 61 TAHUN 2026

TENTANG

TIM PENYUSUNAN, PENGEMBANGAN DAN EDITOR KURIKULUM DAN SILABUS SERTA KERANGKA ACUAN PROGRAM (KAP) PEMBELAJARAN TAHUN 2026

Menimbang :

a. Bahwa dalam rangka penyusunan dan pengembangan kurikulum dan silabus kerangka acuan program (KAP) pembelajaran;
b. Bahwa mereka yang namanya tercantum dianggap mampu melaksanakan tugas;
c. Bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a dan huruf b maka perlu diterbitkan surat keputusan;

Meningat :

a. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2023 Tentang Aparatur Sipil Negara;
b. Peraturan Pemerintah Nomor 49 Tahun 2018 tentang Manajemen Pegawai Pemerintah Dengan Perjanjian Kerja;
c. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2020 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 11 Tahun 2017 tentang Manajemen Pegawai Negeri Sipil;
d. Peraturan Presiden Nomor 18 Tahun 2026 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 152 Tahun 2024 tentang Kementerian Agama;
e. Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2026 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Agama Nomor 33 Tahun 2024 Tentang Organisasi Dan Tata Kerja Kementerian Agama;
f. Peraturan Menteri Agama Nomor 19 Tahun 2020 tentang Penyelenggaraan Pelatihan Sumber Daya Manusia pada Kementerian Agama;
g. Keputusan Menteri Agama Nomor 605 Tahun 2026 tentang Pengembangan Kompetensi Pegawai Aparatur Sipil Negara Kementerian Agama.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

MEMUTUSKAN

Menetapkan	:	KEPUTUSAN KEPALA PUSAT PENGEMBANGAN KOMPETENSI MANAJEMEN, KEPEMIMPINAN DAN MODERASI BERAGAMA, BADAN MODERASI BERAGAMA DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA TENTANG TIM PENYUSUNAN, PENGEMBANGAN DAN EDITOR KURIKULUM DAN SILABUS SERTA KERANGKA ACUAN PROGRAM (KAP) PEMBELANJARAN TAHUN 2026.
KESATU	:	Terhitung sejak tanggal ditetapkan, menetapkan nama-nama terlampir untuk melaksanakan tugas sebagai Tim Penyusunan, Pengembangan dan Editor Kurikulum dan Silabus serta Kerangka Acuan Program (KAP) Pembelajaran Tahun 2026.
KEDUA	:	Melaporkan hasil kerja kepada Kepala dan Kepala Bagian Tata Usaha Pusbangkom Manajemen, Kepemimpinan dan Moderasi Beragama.
KETIGA	:	Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan dalam keputusan ini maka akan dilakukan perbaikan sebagaimana mestinya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Ditetapkan di Jakarta
Pada tanggal 14 September 2026

Kepala Pusat Pengembangan
Kompetensi Manajemen,
Kepemimpinan dan Moderasi
Beragama

Musyarrafah Amin

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

Lampiran : 61 TAHUN 2026
Tanggal : 14 September 2026

DAFTAR TIM PENYUSUN/TIM PENGEMBANGAN
KURIKULUM DAN SILABUS SERTA KERANGKA ACUAN PROGRAM (KAP)
PEMBELAJARAN TAHUN 2026

No	Produk NSPK	Penyusun
	Kurikulum dan Silabus	
1	Pelatihan Teknis Pengelolaan Sistem Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (SAKIP)	1. Ainun Fitriyati, S.Ag., M.M. 2. Dr. Hj. Heni Mardiningsih, S.E., M.Si
2	Pelatihan Teknis Presentasi Efektif	1. Dr. Neneng Maria Kiptyah, S.Pd., M.Pd.
	Kerangka Acuan Program Pembelajaran	
1	Bimbingan Teknis Pensiun Berdaya	1. Devi Yonesi, S.E., M.AP. 2. Ni Putu Dian Darmapatni, M.Si.
2	Bimbingan Teknis Penguatan Kepemimpinan Transformasional Madrasah	1. Dr. Mardiyanti, M.Pd.
3	Bimbingan Teknis Penguatan Personal *Branding* bagi ASN	1. Dr. Ispawati Asri, M.M. 2. Gaffar Mohammad Jahid, S.E., M.M.
4	Bimbingan Teknis Pengelolaan Arsip Dinamis	1. Sri Mulyati, S.E., M.M. 2. Hj. Afiati, S.E., M.AB.
5	Bimbingan Teknis Pelayanan Publik Berbasis Standar Pelayanan	1. Hj. Djubaidah, S.Ag., M.Pd. 2. Yulianti, M.Pd.
6	Bimbingan Teknis Penguatan Kapasitas Penyusun Standar Operasional Prosedur (SOP)	1. Rahmiyati, S.E., M.AP. 2. Andika Fauzan Satrio, S.Pd.
7	Bimbingan Teknis Menulis Karya Ilmiah Praktis di Era Teknologi Digital	1. Nursanti, S.IPI., M,Pd.
8	Bimbingan Teknis Implementasi Kinerja dalam Penguatan Manajemen Talenta Aparatur Sipil Negara	1. Dr. Siti Kusriyah, S.Ag., M.Pd.
9	Bimbingan Teknis Peningkatan Kompetensi Umum Pengelola PBJ	1. Amik Tri Istiami, S.Pd., M.M.
10	Bimbingan Teknis Penyusunan Laporan Kinerja	1. Dr. Siti Kusriyah, S.Ag., M.Pd. 2. Dr. Hj. Nikmatul Afiyah, S.Sos., M.Si.
11	Bimbingan Teknis Seni Penguasaan *Public Speaking*	1. Dr. Nurhasanah, S.Sos., M.Pd. 2. Endah Prasetyani, S.Kom., M.M
12	Workshop Kepemimpinan Adaptif	1. Dr. Siti Kusriyah, S.Ag., M.Pd. 2. Dr. Mardiyanti, M.Pd.
13	Bimbingan Teknis Penyusunan *Policy Brief* Pembangunan Bidang Agama	1. Farida Ishak Indrawan, S.E., M.AP. 2. Cahaya Ningsih, S.T.

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

KERANGKA ACUAN PROGRAM PEMBELAJARAN

BIMBINGAN TEKNIS

PENGUATAN *PERSONAL BRANDING* BAGI APARATUR SIPIL NEGARA (ASN)

PUSBANGKOM MKMB

PUSAT PENGEMBANGAN KOMPETENSI MANAJEMEN, KEPEMIMPINAN DAN MODERASI BERAGAMA
BADAN MODERASI BERAGAMA DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
2026

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

Setelah mengikuti bimbingan teknis ini, peserta diharapkan mampu membangun *personal branding* sebagai Aparatur Spil Negara (ASN) yang kompeten, kredibel, profesional, dan berintegritas serta mampu mengomunikasikan potensi dan kontribusinya secara positif untuk mendukung kinerja organisasi.

Secara khusus, setelah mengikuti bimbingan teknis ini, peserta diharapkan dapat:

1. Mengenali potensi, kompetensi, karakter, dan nilai diri sebagai dasar dalam membangun *personal branding* ASN.
2. Merumuskan *personal brand* dan positioning diri yang autentik, profesional, dan selaras dengan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK.
3. Mengomunikasikan personal brand secara efektif melalui komunikasi profesional, public speaking, media sosial, dan pemanfaatan platform digital.
4. Membangun reputasi dan citra profesional secara konsisten melalui karya, kontribusi, integritas, serta menyusun Rencana Tindak Lanjut (RTL) *personal branding* di lingkungan kerja.

B. KEBUTUHAN STRATEGIS

Kebutuhan strategis ASN saat ini bukan hanya dituntut memiliki kemampuan teknis dan administratif, tetapi juga mampu mengenali potensi diri, menunjukkan kompetensi, membangun reputasi profesional, berkomunikasi secara efektif, beradaptasi dengan perkembangan teknologi, serta memberikan kontribusi nyata bagi organisasi dan masyarakat. Di tengah perubahan lingkungan kerja dan semakin berkembangnya ruang digital, *personal branding* menjadi bagian penting dalam membangun kepercayaan, kredibilitas, dan citra profesional ASN.

Untuk itu, sebagai salah satu upaya pengembangan kompetensi ASN, diselenggarakan Bimbingan Teknis *Personal Branding* bagi ASN. Kegiatan ini diharapkan dapat membekali peserta dengan kemampuan untuk mengenali kekuatan dan keunikan diri, merumuskan *personal brand* yang autentik dan selaras dengan nilai-nilai ASN BerAKHLAK, mengomunikasikan kompetensi secara positif, serta membangun reputasi profesional yang konsisten dan berdampak.

Dengan demikian, diharapkan tersedianya ASN yang tidak hanya kompeten dalam melaksanakan tugas, tetapi juga percaya diri, kredibel, berintegritas, adaptif, mampu membangun jejaring, dan memiliki *personal branding* yang positif untuk mendukung pencapaian tujuan organisasi serta memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat.

C. SASARAN

Sasaran peserta Bimbingan Teknis *Personal Branding* bagi ASN adalah Aparatur Sipil Negara di lingkungan Kementerian Agama, baik yang menduduki jabatan struktural, fungsional, maupun pelaksana yang memiliki komitmen untuk mengembangkan kompetensi, meningkatkan profesionalitas, serta membangun reputasi positif dalam menjalankan tugas dan memberikan pelayanan kepada masyarakat, yang berada di berbagai unit kerja dan satuan kerja di lingkungan Kementerian Agama, sehingga keberagaman latar belakang, tugas, pengalaman, dan kompetensi peserta diharapkan dapat memperkaya proses pembelajaran serta membangun pemahaman yang sama mengenai pentingnya *personal branding* bagi ASN.

PUSBANGKOM MKMB

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

D. MODEL PEMBELAJARAN

1. Bimbingan Teknis dengan tipe *e-Learning* dilaksanakan melalui pembelajaran berbasis digital dengan memanfaatkan *platform* pembelajaran daring. Peserta dapat mengikuti proses pembelajaran secara fleksibel melalui penyampaian materi, diskusi, penugasan, evaluasi, dan aktivitas pembelajaran lainnya secara *online*. Model ini memberikan kemudahan akses pembelajaran tanpa terbatas oleh jarak dan tempat, sekaligus mendorong peserta untuk belajar secara mandiri dan aktif.
2. Bimbingan Teknis dengan tipe klasikal dilaksanakan melalui pembelajaran tatap muka secara langsung di dalam kelas. Proses pembelajaran dilakukan secara interaktif melalui penyampaian materi, diskusi, praktik, simulasi, kerja kelompok, dan evaluasi yang difasilitasi oleh tenaga pengajar. Model klasikal memberikan ruang interaksi langsung antara peserta dan pengajar sehingga mendukung proses pembelajaran yang lebih intensif, kolaboratif, dan kontekstual.

E. STRUKTUR KURIKULUM/SKENARIO PEMBELAJARAN

Alokasi total beban belajar adalah 24 (dua puluh empat) Jam Pelajaran (JP), memenuhi rentang standar 20-25 JP untuk Pelatihan/ Bimbingan Teknis 5 (lima) hari, dengan distribusi sebagai berikut

No	Materi	Sub Materi	JP
1	*KNOW YOURSELF* — Mengenal Diri & Menemukan *Personal Brand*	1.1 *Self-awareness* dan kekuatan diri 1.2 Kompetensi, nilai, karakter,pengalaman 1.3 Menemukan keunikan/diferensiasi 1.4 *Personal Brand Identity* 1.5 Praktik: "*Who Am I & What Makes Me Different*?"	**8 JP**
2	*BUILD YOUR BRAND* — Membangun *Personal Branding* ASN	2.1 Konsep *personal branding* vs pencitraan 2.2 *Personal branding* berbasis ASN BerAKHLAK 2.3 Menentukan *positioning* 2.4 Menyusun *Personal Brand Statement* 2.5 Membangun kredibilitas dan kepercayaan	**6 JP**
3	*SHOW YOUR VALUE & IMPACT* — Mengomunikasikan *Personal Brand* di Era Digital dan Membangun Reputasi Berkelanjutan	3.1 *Public speaking* & komunikasi personal 3.2 *Digital personal branding* 3.3 Optimalisasi Media Sosial 3.4 *Content pillar* dan *storytelling* 3.5 Etika ASN di ruang digital 3.6 Praktik membuat konten *personal branding*	**8 JP**
4	RTL	4.1 Refleksi *Personal Branding* dan Penyusunan Matriks RTL 4.2 Strategi Mengatasi Hambatan dalam Membangun *Personal Branding*	**2 JP**
Jumlah JP			**24 JP**

PUSBANGKOM MKMB

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

F. URAIAN MATERI

1. *KNOW YOURSELF* — Mengenal Diri & Menemukan *Personal Brand* (8 JP)

a. Sub Pokok Bahasan

1) *Self-awareness* dan kekuatan diri
2) Kompetensi, nilai, karakter, pengalaman
3) Menemukan keunikan/diferensiasi
4) *Personal Brand Identity*
5) Praktik: "*Who Am I & What Makes Me Different*?"

b. Penjelasan Singkat Sub Pokok Bahasan dan Referensi

1) *Self-awareness* dan kekuatan diri membahas tentang pengertian kesadaran diri dalam mengenali potensi, kekuatan, nilai, karakter, dan keunikan diri sebagai dasar membangun *personal branding* ASN.Kompetensi, nilai, karakter, pengalaman.
2) Menemukan keunikan/diferensiasi membahas kemampuan mengenali keunggulan, ciri khas, dan nilai pembeda diri yang membuat seorang ASN memiliki karakter dan kompetensi yang unik dibandingkan dengan orang lain.
3) *Personal Brand Identity* membahas tentang identitas, nilai, kompetensi, karakter, dan keunikan diri yang menjadi dasar dalam membentuk citra serta reputasi profesional seorang ASN.
4) Praktik: "*Who Am I & What Makes Me Different*?" membahas praktik mengidentifikasi siapa diri peserta, kekuatan, kompetensi, nilai, pengalaman, serta keunikan yang menjadi pembeda dalam membangun *personal branding* sebagai ASN.

Referensi:

1) Montoya, Peter & Vandehey, Tim. (2002). *The Personal Branding Phenomenon*. Peter
2) Rampersad, Hubert K. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Practical Technique for Building & Aligning a Powerful Leadership Brand*. Information Age Publishing.

2. *BUILD YOUR BRAND* — Membangun *Personal Branding* ASN (6 JP)

a. Sub Pokok Bahasan

1) Konsep *personal branding* vs pencitraan
2) *Personal branding* berbasis ASN BerAKHLAK
3) Menentukan *positioning*
4) Menyusun *Personal Brand Statement*
5) Membangun kredibilitas dan kepercayaan

b. Penjelasan Singkat Sub Pokok Bahasan dan Referensi

1) Konsep *personal branding* vs pencitraan membahas perbedaan antara *personal branding* yang autentik dan berbasis kompetensi dengan pencitraan yang berorientasi pada pembentukan kesan semata.
2) *Personal branding* berbasis ASN BerAKHLAK membahas penerapan nilai-nilai dasar ASN BerAKHLAK sebagai fondasi dalam membangun *personal branding* yang berintegritas, profesional, terpercaya, dan berorientasi pada pelayanan.

PUSBANGKOM MKMB

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

3) Menentukan *positioning* membahas kemampuan menentukan posisi dan keunggulan diri yang ingin dikenal oleh orang lain sesuai kompetensi, karakter, nilai, dan kontribusi sebagai ASN.
4) Menyusun *Personal Brand Statement* membahas cara merumuskan pernyataan singkat, jelas, dan autentik yang menggambarkan identitas, kompetensi, keunggulan, nilai, dan kontribusi seorang ASN.
5) Membangun kredibilitas dan kepercayaan membahas upaya membangun kepercayaan melalui kompetensi, integritas, konsistensi, profesionalisme, dan bukti nyata kontribusi dalam menjalankan tugas sebagai ASN.

Referensi:

1) Peters, Tom. (1997). *The Brand Called You.* Fast Company..
2) Montoya, Peter & Vandehey, Tim. (2002). *The Personal Branding Phenomenon.* Peter Montoya Incorporated. Rampersad, Hubert K. (2008). *Authentic Personal Branding: A New Practical Technique for Building & Aligning a Powerful Leadership Brand.* Information Age Publishing.
3) Khedher, M. (2014).*Personal Branding Phenomenon.* International Journal of Information, Business and Management, 6(2), 29–40.
4) UU No. 20 Tahun 2023 tentang ASN + SE MenPANRB No. 20 Tahun 2021 tentang Core Values ASN BerAKHLAK dan Employer Branding ASN.

3. *SHOW YOUR VALUE & IMPACT* —Mengomunikasikan *Personal Brand* di Era Digital dan Membangun Reputasi Berkelanjutan (8 JP)

a. Sub Pokok Bahasan

1) *Public speaking* & komunikasi personal
2) *Digital personal branding*
3) Optimalisasi Media Sosial
4) *Content pillar dan storytelling*
5) Etika ASN di ruang digital
6) Praktik membuat konten *personal branding*

b. Penjelasan Singkat Sub Pokok Bahasan dan Referensi

1) *Public speaking* & komunikasi personal membahas kemampuan menyampaikan gagasan, kompetensi, dan nilai diri secara percaya diri, efektif, menarik, dan profesional untuk membangun *personal branding* ASN.
2) *Digital personal branding* membahas strategi membangun dan mengelola identitas, citra, serta reputasi profesional ASN melalui media digital secara positif, konsisten, dan beretika.
3) Optimalisasi Media Sosial membahas pemanfaatan media sosial secara strategis untuk menampilkan kompetensi, karya, aktivitas, dan kontribusi ASN serta membangun reputasi profesional yang positif.
4) *Content pillar* dan *storytelling* membahas penentuan tema utama konten dan teknik bercerita yang autentik, menarik, dan bermakna untuk menyampaikan kompetensi, pengalaman, karya, serta kontribusi ASN kepada publik.
5) Etika ASN di ruang digital membahas strategi membangun dan mengelola identitas, citra, serta reputasi profesional ASN melalui media digital secara positif, konsisten, dan beretika.

PUSBANGKOM MKMB

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

6) Praktik membuat konten *personal branding* membahas praktik merancang dan membuat konten yang autentik, informatif, menarik, dan relevan untuk menampilkan kompetensi, karya, serta kontribusi ASN di media digital.

Referensi:

1) Labrecque, Lauren I., Markos, Ereni, & Milne, George R. (2011). *Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications.* Journal of Interactive Marketing, 25(1), 37–50.
2) Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). *Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda.*Frontiers in Psychology, 9, 2238.
3) Shepherd, I. D. H. (2005). *From Cattle and Coke to Charlie: Meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding.*
4) Journal of Marketing Management, 21(5–6), 589–606.
5) Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age.* Yale University Press.

4. Rencana Tindak Lanjut (RTL) (2 JP)

a. Sub Pokok Bahasan

1) Refleksi Personal Branding dan Penyusunan Matriks RTL
2) Strategi Mengatasi Hambatan dalam Membangun *Personal Branding*

b. Penjelasan Singkat Sub Pokok Bahasan dan Referensi

1) Refleksi *Personal Branding* dan Penyusunan Matriks RTL. Melakukan refleksi terhadap potensi, kompetensi, keunikan, dan reputasi diri serta menyusun Matriks Rencana Tindak Lanjut *Personal Branding* yang aplikatif di lingkungan kerja.
2) Strategi Mengatasi Hambatan dalam Membangun *Personal Branding* membahas strategi menghadapi hambatan, keraguan diri, resistensi lingkungan, serta tantangan dalam membangun *personal branding* ASN secara konsisten, profesional, dan berintegritas

Referensi:

1) Peters, T. (1997). *The Brand Called You.*
2) Montoya, P. & Vandehey, T. (2002). *The Personal Branding Phenomenon.*
3) Rampersad, H. K. (2008). *Authentic Personal Branding.*
4) Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). *Online Personal Branding: Processes, Challenges, and Implications.*
5) Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2018). *Personal Branding: Interdisciplinary Systematic Review and Research Agenda.*
6) UU No. 20 Tahun 2023 tentang ASN + SE MenPANRB No. 20 Tahun 2021 tentang Core Values ASN BerAKHLAK dan Employer Branding ASN

G. JADWAL

No	Hari/ Tanggal	Materi	JP
1	H.1	*KNOW YOURSELF* — Mengenal Diri & Menemukan *Personal Brand*	8
2	H.2	*BUILD YOUR BRAND* — Membangun *Personal Branding* ASN	6

PUSBANGKOM MKMB

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

No	Hari/ Tanggal	Materi	JP
3	H.3	*SHOW YOUR VALUE & IMPACT* — Mengomunikasikan *Personal Brand* di Era Digital dan Membangun Reputasi Berkelanjutan	8
4	H.4	RTL	2
Jumlah			**24**

H. KUALIFIKASI FASILITATOR/NARASUMBER

1. Menguasai materi, struktur, konsep, dan pola pikir keilmuan yang mendukung materi/mata pelajaran yang diajarkan/diampu.
2. Memiliki pengalaman kerja/pelatihan pada bidang terkait materi yang akan diajarkan.
3. Merupakan narasumber yang direkomendasikan oleh Pusat Pengembangan Kompetensi Manajemen, Kepemimpinan dan Moderasi Beragama/Pusbangkom MKMB, Balai Diklat Keagamaan dan Loka Diklat Keagamaan seluruh Indonesia.

I. BENTUK EVALUASI

1. Evaluasi Kepuasan Penyelenggaraan Program Pembelajaran
2. Evaluasi Capaian Pembelajaran Peserta
3. Evaluasi Pengajar
4. Evaluasi Pasca Pengembangan Kompetensi

J. SUMBER BELAJAR

1. Bahan Ajar/Modul
2. Bahan Tayang
3. Peraturan Perundang-Undangan
4. Buku Referensi

Jakarta, 28 September 2026
Kepala Pusat Pengembangan Kompetensi
Manajemen, Kepemimpinan, dan Moderasi
Beragama

Musyarrafah Amin

PUSBANGKOM MKMB

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE), Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).

PUSAT PENGEMBANGAN KOMPETENSI
MANAJEMEN, KEPEMIMPINAN DAN MODERASI BERAGAMA

BADAN MODERASI BERAGAMA DAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA

KEMENTERIAN AGAMA RI

2026