

ABSTRAK

Siti Aisyah: Strategi *Impression Management* Citra Da'iyah Muda di Media Sosial (Studi Kasus pada Akun Instagram @an.an_hasanah)

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan media sosial yang tidak hanya menjadi sarana dakwah, tetapi juga ruang bagi da'iyah muda untuk menampilkan identitas dan membangun citra di hadapan khalayak. Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi *impression management* An An melalui akun Instagram @an.an_hasanah berdasarkan lima strategi Jones dan Pittman, yaitu *ingratiation*, *self-promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif, dan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Keabsahan data dilakukan melalui triangulasi teknik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa An An menerapkan kelima strategi *impression management*. *Ingratiation* melalui apresiasi, doa, dan dukungan yang membentuk citra ramah dan peduli. *Self-promotion* melalui aktivitas dan pengalaman dakwah yang membentuk citra aktif dan berpengalaman. *Exemplification* melalui kepedulian sosial dan konten bermanfaat yang menunjukkan komitmen terhadap kebaikan. *Intimidation* melalui kritik dan pengingat terhadap perilaku yang tidak sesuai nilai Islam secara santun, sehingga menunjukkan citra memiliki pendirian. *Supplication* melalui pengungkapan tantangan serta permintaan doa dan dukungan yang menunjukkan sikap rendah hati. Dengan demikian, citra An An sebagai da'iyah muda dibangun melalui perpaduan pengelolaan kesan, aktivitas dakwah, dan nilai-nilai Islam.

Kata kunci: *Impression Management*, Citra, Da'iyah Muda, Media Sosial, Instagram.