

ABSTRAK

Judul skripsi ini adalah “Analisis Konten Media Komunikasi Dakwah Pada Lembaga Filantropi Satu Amal Indonesia”. Pada penelitian ini penulis mengangkat permasalahan tentang bagaimana pemanfaatan Instagram sebagai media dakwah pada Lembaga Filantropi Satu Amal Indonesia serta metode apa saja yang terdapat pada konten-konten yang diunggah melalui Instagram @satuamalindonesia. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara @satuamalindonesia dalam pemanfaatan Instagram sebagai media untuk membagikan konten dan untuk menganalisis konten dakwah apa saja yang terdapat pada @satuamalindonesia. Adapun teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori ilmu dakwah dan teori media massa. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif kualitatif berupa kata-kata dan gambar. Penelitian dengan pendekatan ini menjadi acuan bagi peneliti untuk memahami secara mendalam tentang jenis konten serta pemanfaatan fitur yang dipelajari dengan sumber data yang didapatkan melalui observasi secara visual dan dokumentasi. Dari hasil penelitian yang telah diperoleh dari pengamatan secara visual dan dokumentasi penulis dapat menjelaskan berbagai macam fitur yang digunakan pada media Instagram sebagai sarana dalam berdakwah yakni pemanfaatan fitur *Instastory*, *reels*, *hashtag*, dan postingan foto yang dapat dilihat pada homepage pengikut serta terdapat berbagai macam jenis konten mulai dari metode dakwah *bil-hal*, *bil-lisan* dan *bil-qalam*. Dari ketiga jenis konten tersebut pada akun @satuamalindonesia lebih cenderung pada jenis konten dengan dakwah *bil-hal* (tindakan nyata) dengan turun langsung membantu masyarakat.

Kata kunci : Dakwah dan Filantropi, Instagram, Konten Dakwah