

ABSTRAK

Pembuatan konten telah menjadi sarana yang ampuh untuk promosi, memungkinkan perusahaan untuk menarik perhatian dan mendorong interaksi dengan audiens, serta membangun kesadaran merek. Penelitian ini menyajikan gambaran umum tentang konten Instagram Ray White Lampung Morotai, target audiens, kategori konten, proses pembuatan konten, serta hasil *insight*. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk meningkatkan kualitas konten media sosial Ray White Lampung Morotai. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dengan *Principal* dan *Supervisor* Ray White Lampung Morotai, dan studi literatur dari berbagai sumber, seperti buku elektronik, jurnal, dan media massa mengenai pemasaran konten media sosial dan pembuatan konten pada agen properti. PT. Sarana Maju Properti Satu Tujuh, yang beroperasi dengan nama merek Ray White Lampung Morotai, merupakan agen properti di Lampung, Indonesia, yang menyediakan informasi properti yang terpercaya dan terbaru serta konsultasi untuk jual-beli properti residensial dan komersial. Sebagai agen properti yang juga hadir secara *online* di media sosial, Ray White Lampung Morotai fokus pada penyediaan produk dan layanan melalui akun media sosialnya, Instagram. Proses pembuatan konten didasarkan pada alur kerja konten media sosial Ray White Lampung Morotai, yang mencakup tahap *brainstorming* dan penelitian, diskusi, desain dan revisi, serta publikasi. Hasil dari proses ini menghasilkan pengembangan tiga kategori konten di akun Instagram Ray White Lampung Morotai: konten promosi, prestasi, dan internal. Temuan menunjukkan bahwa mengidentifikasi tujuan konten media sosial untuk setiap kategori konten memiliki implikasi signifikan bagi proses pembuatan konten di Ray White Lampung Morotai dan industri properti secara umum karena dapat membentuk pendekatan strategis dan memastikan komunikasi yang efektif dengan target audiens.

Kata kunci: Kategori Konten, Konten Instagram, Pembuatan Konten, Perusahaan Properti, Ray White Lampung Morotai

ABSTRACT

Content creation has become a powerful tool for promotion, enabling businesses to captivate audiences, build brand awareness, and drive engagement. Business can harness the art of crafting compelling digital content to leave a lasting impression in the minds of their target audience. This study presents an overview of Ray White Lampung Morotai's Instagram content, its target audience, the content categories, the content-making process, and insight results. This study's primary objective is expected to enhance the quality of social media content for Ray White Lampung Morotai. The data collection methods include observation, interviews with the Principal and Supervisor of Ray White Lampung Morotai, and literature studies from various sources, such as e-books, journals, and mass media about social media content marketing and content creation in real estate agent. PT. Sarana Maju Properti Satu Tujuh, operating under the brand name of Ray White Lampung Morotai, is a real estate agent in Lampung, Indonesia, providing reliable and updated property information and consultation for residential and commercial property buying or selling. As a real estate agent which also have the online presence on social media, Ray White Lampung Morotai primarily focuses on providing its products and services through its social media account, Instagram. The content-making process is based on Ray White Lampung Morotai's social media content workflow, which includes brainstorming, research, discussion, design and revision, and publishing. The results of this process generated the development of three content categories on Ray White Lampung Morotai's Instagram: promotional, achievement, and internal content. The findings show that Identifying the purpose of social media content for each content category carries significant implications for the content creation process at Ray White Lampung Morotai and the broader real estate industry, shaping the strategic approach and ensuring effective communication with target audiences.

Keywords: Content Categories, Content-making, Instagram Content, Ray White Lampung Morotai, Real Estate Agent