

## ***ABSTRACT***

**Sutan Maulana, NIM 7212650003 "Development of Visual Content Marketing in Increasing the Engagement Rate on Rn Beatty's UMKM Instagram". Thesis of the Digital Business Study Program, Department of Management, Faculty of Economics, State University of Medan, 2025.**

This research aims to develop an effective visual content marketing strategy to increase the engagement rate on the RN Beatty UMKM Instagram account. The background of this research is the low engagement rate of the @rn\_beatty Instagram account, which is 0.3%, below the ideal average. This research uses the research and development (R&D) method with the 4D model (Define, Design, Develop, Disseminate). The Define stage was carried out to identify problems, namely the low engagement rate, suboptimal use of Instagram features, and inconsistencies in visual branding. The Design stage focuses on designing attractive visual content that is in accordance with the brand identity. The Develop stage involves expert validation and refinement of the content design. The Disseminate stage is the implementation and evaluation of the effectiveness of the content that has been developed. The results showed that the implementation of the 4D development model succeeded in significantly improving the Instagram performance of RN Beatty UMKM. There was an increase in impressions by +230.6% and reach by +335.9%. Content interactions also increased rapidly, with the majority of interactions (78.5%) coming from non-followers. In addition, there was an increase in profile visits by +77.0% and follower growth by +9.0% in one month. Video content (Reels) with the theme of education and product demonstration proved to be the most effective format in increasing engagement.

**Keywords: Visual Content Marketing, Engagement Rate, Instagram, UMKM, 4D Model**

## ABSTRAK

**Sutan Maulana, NIM 7212650003 “Pengembangan Visual Content Marketing Dalam Meningkatkan Engagement Rate Pada Instagram UMKM Rn Beatty”. Skripsi Program Studi Bisnis Digital, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan, 2025.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi visual content marketing yang efektif untuk meningkatkan engagement rate pada akun Instagram UMKM RN Beatty. Latar belakang penelitian ini adalah rendahnya tingkat engagement rate akun Instagram @rn\_beatty, yaitu sebesar 0,3%, yang berada di bawah rata-rata ideal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan (R&D) dengan model 4D (Define, Design, Develop, Disseminate). Tahap Define dilakukan untuk mengidentifikasi masalah, yaitu rendahnya engagement rate, kurang optimalnya penggunaan fitur Instagram, dan inkonsistensi dalam visual branding. Tahap Design berfokus pada perancangan konten visual yang menarik dan sesuai dengan identitas merek. Tahap Develop melibatkan validasi ahli dan penyempurnaan desain konten. Tahap Disseminate adalah implementasi dan evaluasi efektivitas konten yang telah dikembangkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi model pengembangan 4D berhasil meningkatkan performa Instagram UMKM RN Beatty secara signifikan. Terjadi peningkatan tayangan (impressions) sebesar +230,6% dan jangkauan (reach) sebesar +335,9%. Interaksi konten juga meningkat pesat, dengan mayoritas interaksi (78,5%) berasal dari non-pengikut. Selain itu, terjadi peningkatan kunjungan profil sebesar +77,0% dan pertumbuhan pengikut sebesar +9,0% dalam satu bulan. Konten video (Reels) dengan tema edukasi dan demonstrasi produk terbukti menjadi format yang paling efektif dalam meningkatkan engagement.

**Kata Kunci:** Visual Content Marketing, *Engagement Rate*, Instagram, UMKM, Model 4D