BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Wawancara terhadap konsumen UMKM bertujuan untuk menguji hubungan *hook copywriting* dan *social media conten* Instagram terhadap *brand awareness*, *brand image*, dan keputusan pembelian pada UMKM di Kabupaten Sleman. Hasilnya menunjukkan bahwa :

1. konten promosi dengan *caption* yang *simple*, *thumbnail*, *dubbing*, kreativitas video, dan juga *headline* adalah hal yang menjadi *hook*.
2. Informasi terkait dengan produk harus disampaikan dengan baik kepada konsumen, dimana *hook* merupakan titik sentuh pertama antara penjual dengan calon konsumen.
3. *Hook* merupakan tangan pertama antara penjual dengan calon konsumen. *Hook* merupakan pancingan yang dapat menarik konsumen (Aji, 2020) dan membangkitkan rasa ingin tahu sehingga mendorong konsumen untuk mengambil tindakan selanjutnya.
4. *hook copywriting* di Instagram berpengaruh terhadap *brand image*, *brand awareness*, dan keputusan pembelian. Konten adalah alat utama yang digunakan untuk menyebarkan informasi dan melakukan komunikasi di media sosial karena kualitas konten menentukan tersampaikan atau tidaknya pesan yang ingin disampaikan (Nafsyah et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibuat harus menarik dan informatif sehingga dapat meningkat *brand awareness* dan menanamkan *brand image* terkait produk

di benak konsumen dengan lebih baik sehingga dapat berlanjut ke tahap selanjutnya yaitu keputusan pembelian. Penelitian ini mengemukakan pentingnya strategi pemasaran yang berfokus pada *hook copywriting* dan kaitannya terhadap sosial media konten Instagram untuk meningkatkan *brand awareness*, *brand image*, dan keputusan pembelian pada UMKM di Kabupaten Sleman.

5. Berdasarkan kegiatan yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa dengan menggunakan *hook copywriting* dapat menarik *audience* untuk menonton video sampai selesai. Jika ingin postingan dilihat oleh banyak orang maka postingan tersebut dapat diiklankan dengan *budget* yang bervariasi, serta menambah kunjungan profil berdasarkan kategori umur yang disetting saat akan mengiklankan video.

5.2 Saran

1. UMKM harus mengembangkan strategi konten yang konsisten dan relevan dengan target *audiens*. Hal ini mencakup pembuatan konten yang edukatif dan informatif mengenai manfaat produk atau jasa yang ditawarkan.
2. UMKM harus mengintegrasikan strategi *copywriting* yang kuat dengan sosial media konten yang menarik. Ini dapat dilakukan dengan membuat konten yang memiliki *headline* menarik (*hook*) di awal untuk menarik perhatian dan diikuti visual serta informasi yang mendalam untuk mempertahankan minat konsumen.