

Think with Google

A grayscale photograph of a woman wearing a patterned hijab and a face mask. She is holding a smartphone in her right hand and a large, crumpled paper bag in her left arm. The image is positioned on the left side of the frame, partially overlapping the text.

YEAR IN SEARCH 2020

INDONESIA

Melihat ke belakang untuk memajukan bisnis Anda



Transportasi dan Pariwisata

Pandemi berdampak besar pada sektor pariwisata dan ekonomi Indonesia. Namun, kedua industri ini luar biasa tangguh dalam menghadapi masa sulit dan terus berinovasi untuk memenuhi permintaan yang sebelumnya tertahan dan perilaku perjalanan baru.



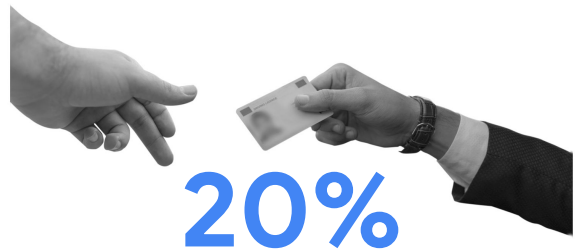
Permintaan yang sebelumnya tertahan kini mulai muncul, seiring banyaknya orang Indonesia memilih mobil pribadi sebagai moda transportasi.



peningkatan penelusuran “drive thru”, karena orang Indonesia memakai mobil sebagai moda transportasi dan untuk membeli makanan favoritnya



kenaikan penelusuran “perpanjang sim”



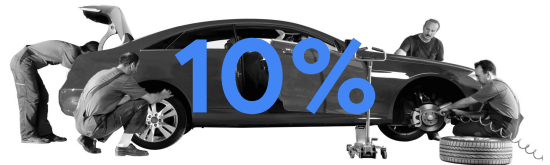
pertumbuhan penelusuran “surat izin mengemudi”

Ada peningkatan
minat terhadap
sepeda motor di
kalangan komuter
yang ingin berpindah
dari transportasi
umum agar lebih
bebas bepergian.

11% peningkatan penelusuran
“motor bekas”



Dan meskipun kebanyakan orang
yang tetap di rumah dan tidak
banyak mengemudi, tetap ada
permintaan untuk servis dan
pemeliharaan kendaraan.

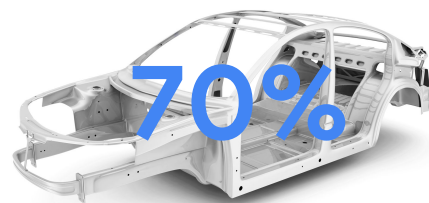


peningkatan kueri penelusuran
“bengkel mobil terdekat”



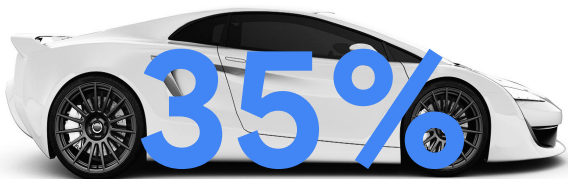
lonjakan penelusuran terkait
“bengkel motor terdekat”

... dan permintaan modifikasi
kendaraan.



pertumbuhan penelusuran untuk
“modifikasi motor”
+ “modifikasi mobil”,
dibanding pertumbuhan negatif
tahun lalu

Segmen tertentu di industri otomotif pulih lebih cepat. Misalnya, minat orang Indonesia terhadap “mobil racing” dan “motor racing” semakin meningkat.

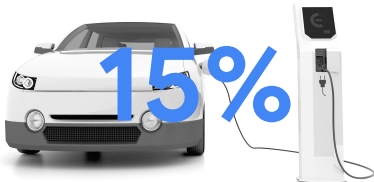


peningkatan penelusuran untuk
“mobil racing”



lonjakan penelusuran untuk
“motor racing”

...dan juga untuk kendaraan roda dua dan roda empat unik lainnya.



pertumbuhan penelusuran
untuk “kendaraan listrik”



kenaikan penelusuran
untuk “skuter listrik”



kenaikan penelusuran untuk
“vespa matic”, dan kenaikan
58% untuk kueri penelusuran
“harga vespa matic”

Acara dan pembelian otomotif telah beralih ke online, memanfaatkan kekuatan digital untuk mendorong penjualan.

TAHUKAH ANDA?

Waktu tonton video pameran otomotif naik dua kali lipat tahun ini



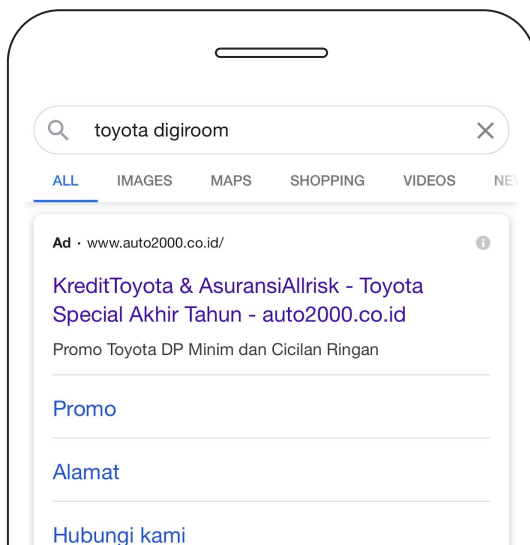
“Indonesia Otomotif Online Festival”

acara virtual yang berfokus pada review produk, pengetahuan otomotif, dan program terkait pembelian dan pembiayaan otomotif, mengalami kenaikan penelusuran signifikan tahun ini

“Digiroom”

Auto 2000 digiroom, sebuah situs e-commerce untuk jual-beli mobil, sparepart, dan aksesoris di Indonesia, mengalami peningkatan penelusuran di 2020

Ketika dealer beralih ke online



“

COVID-19 memaksa kami untuk memindahkan showroom offline ke online, itulah sebabnya kami meluncurkan layanan dealer online bernama **Digiroom**. Berkat Search dan pendekatan “always-on” di semua funnel, kami dapat menciptakan terobosan strategi digital, dan mendorong Digiroom sebagai tren terobosan di Google Search serta membantu kami menjangkau pelanggan. Bagi kami, Digiroom adalah transformasi bisnis yang tangguh di masa pandemi. Serasa punya showroom Toyota di kantong sendiri.

- Martogi Siahaan, CEO Auto2000

”

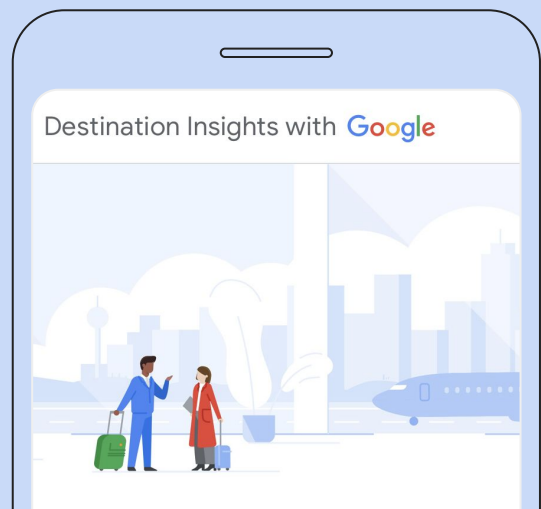
Tahun ini, merencanakan perjalanan terasa sangat menantang. Namun, orang-orang tak sabar ingin berganti suasana. Mereka pun mencari cara yang aman dan kreatif untuk bepergian.

Karena imbauan protokol keamanan yang berbeda-beda di berbagai wilayah, banyak wisatawan yang memilih destinasi wisata keluarga terdekat dari rumah yang jaraknya masih bisa dijangkau mobil.



Walau minat pada tujuan wisata favorit turis, seperti Pulau Bali dan Komodo, belum ada tanda-tanda kenaikan, penelusuran untuk tujuan wisata keluarga keluarga yang lokasinya masih terjangkau kendaraan, seperti Cipanas dan Anyer, naik lebih dari 50-75% antara Juli dan Oktober 2020

10 destinasi wisata domestik teratas di Search antara Juli dan Oktober di kalangan wisatawan Indonesia:



1. Cipanas
2. Cisarua
3. Pangandaran
4. Anyer
5. Ciwidey
6. Babakan Madang
7. Tawangmangu
8. Megamendung
9. Ciawi
10. Tarogong Kaler

Selain tujuan wisata yang lokasinya masih terjangkau, wisata alam dan tempat rekreasi keluarga juga mulai disukai masyarakat Indonesia.

Lokasi wisata alam:

“pulau natuna” ▲ 200%

“curug malela” ▲ 330%

“bukit pelangi” ▲ 85%



Tempat rekreasi untuk keluarga:

“tempat wisata di bandung” ▲ 330%

pengunjung juga mencari informasi “dago dream park” dan “pasar terapung”

“wahana terdekat” ▲ 90%

Orang Indonesia memprioritaskan kesehatan dan keamanan saat merencanakan perjalanan.

TAHUKAH ANDA?

Menurut Survei Konsumen Google bulanan terkait tujuan wisata, 3 faktor pertimbangan utama orang Indonesia saat merencanakan perjalanan adalah kesehatan dan keselamatan, harga dan promosi, dan reputasi agen travel.



peningkatan kueri penelusuran untuk
“wisata aman”

Staycation masih tetap populer. Namun, orang Indonesia juga mencari aktivitas rekreasi luar ruangan yang bisa dinikmati bersama keluarga.

220%

peningkatan penelusuran year-on-year untuk “**staycation**”, lebih tinggi dibanding kenaikan 150% YoY di 2019 saat staycation masih terbilang baru dan menjadi konsep yang lumayan populer

“tiket kebun binatang” mengalami kenaikan penelusuran signifikan karena berkunjung ke kebun binatang dinilai sebagai aktivitas keluarga yang bermanfaat



lonjakan penelusuran untuk “**dusun semilir**”, taman ria di Semarang yang populer di antara teman dan keluarga

Orang-orang mencoba aktivitas rekreasi baru yang muncul beberapa bulan belakangan ini.



pertumbuhan penelusuran
“makan di mobil”

“drive in cinema”

mengalami kenaikan minat penelusuran di kalangan penikmat film yang harus tetap mematuhi protokol kesehatan sambil menonton film di area umum

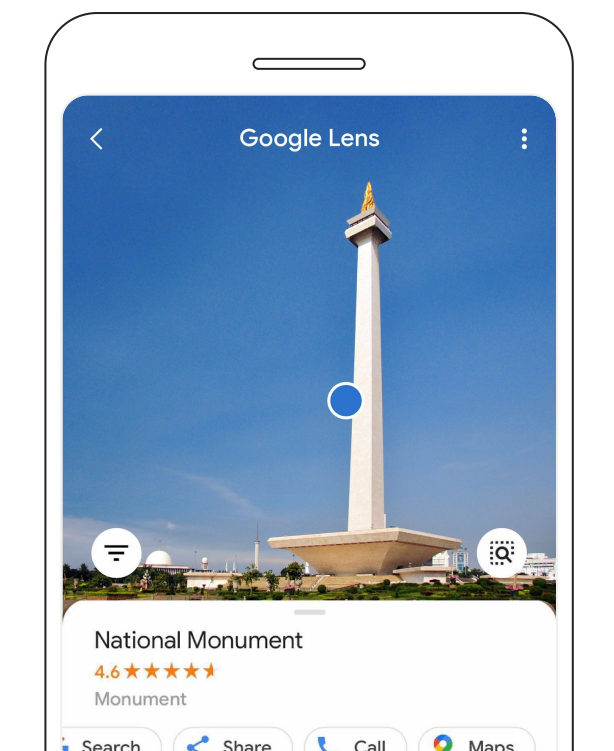


...dan menemukan cara baru untuk mengungkap kisah tersembunyi di balik berbagai mahakarya di museum dengan bantuan Google.

🔍 “tur virtual” 🗣️ ▲ 110%

🔍 “museum virtual” 🗣️ ▲ 350%

Orang-orang juga menjelajahi tempat baru dengan Google Lens



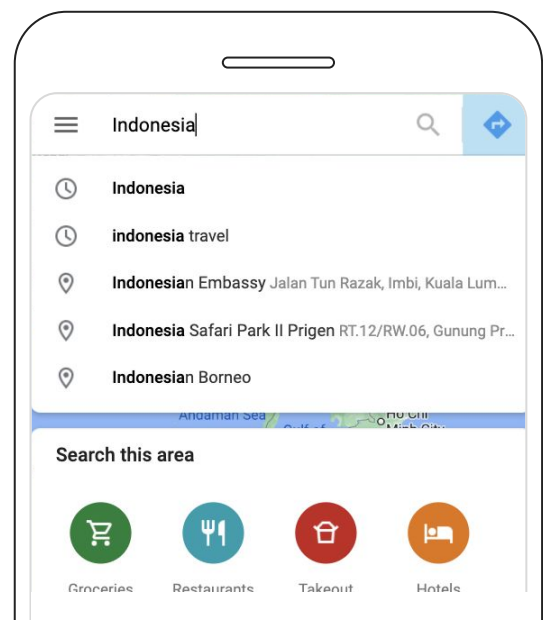


Google Search adalah pilihan populer Gen Z untuk merencanakan perjalanan, mereka juga lebih suka memakai Google Maps sebagai aplikasi perjalanan.

Alasan memakai Google Search:

- mencari informasi
- merencanakan rencana perjalanan
- mencari tujuan wisata
- tempat rekreasi dan tempat makan
- mencari review restoran

Google Maps dipakai oleh 57% Gen Z, menjadikannya pilihan aplikasi teratas untuk menelusuri beragam hal terkait perjalanan.



Poin penting untuk brand

Untuk brand Otomotif:

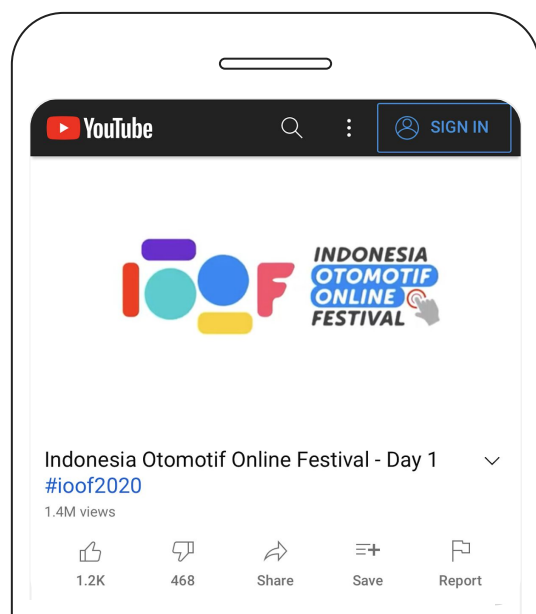
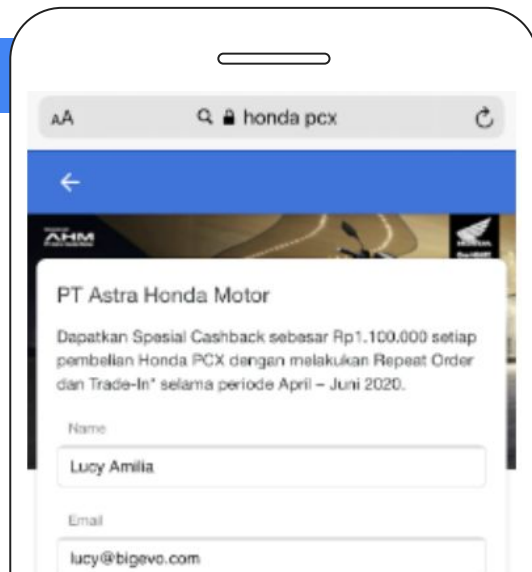
1. Bantu pelanggan merawat kendaraannya.

Sejak pandemi, mobil pribadi adalah alat transportasi pilihan orang Indonesia, sehingga perawatannya harus menjadi prioritas utama. Manfaatkan permintaan ini dengan memfokuskan penawaran produk dan pesan pemasaran Anda ke layanan after sales dan sparepart.

Tips

Kata kunci perjalanan sangatlah penting bagi industri otomotif. Misalnya, jangkau pelanggan yang sedang mencari informasi perjalanan wisata dengan iklan kendaraan yang cocok untuk keluarga.

Tambahkan ekstensi formulir prospek ke Iklan Search sehingga mereka dapat memberikan kontak yang bisa dihubungi, dan hal yang mereka cari (mis. jenis servis, jenis mobil, info harga, dll.)



2. Pindahkan acara dan aktivitas Anda dari offline ke online.

Orang-orang terus menghindari interaksi tatap muka. Dorong mereka untuk berpartisipasi atau berinteraksi dalam aktivitas online. Ubah strategi untuk mengalihkan upaya ke ranah online dan ubah brand engagement Anda untuk terhubung dengan audiens digital.

Contoh: IOOF online, Dealer online/Digiroom Auto 2000

Poin penting untuk brand

Untuk brand Pariwisata:

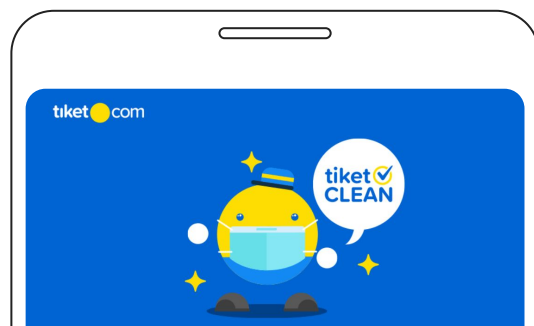
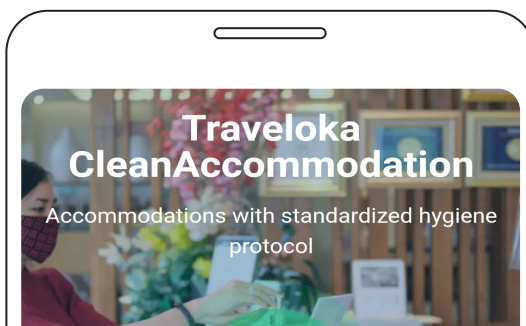
1. Tonjolkan produk sesuai tren rekreasi baru.

Wisatawan memilih aktivitas rekreasi yang lokasinya dekat, berfokus pada keluarga, bahkan rekreasi virtual. Bantu mereka menemukan aktivitas dan destinasi lokal. Anda juga bisa menawarkan pengalaman virtual yang dapat dinikmati pelanggan di rumah.

Drive-in Senja Cinema populer di kalangan penggemar film yang mewaspadaai virus corona.

Tips

Sesuaikan teks iklan dan pakai ekstensi untuk menonjolkan penawaran yang relevan dengan tren saat ini. Mendaftarlah ke Google Bisnisku dan manfaatkan ekstensi lokasi di Iklan Search.



2. Mengurangi kekhawatiran pelanggan terhadap kesehatan dan kebersihan.

Wisatawan mengutamakan kesehatan dan kebersihan. Tawarkan solusi agar mereka dapat berwisata dengan tenang. Berikan info terpercaya di saat peraturan dan regulasi terkait wisata terus berubah.

Campaign CLEAN dari **Tiket.com** dan Clean Accommodation dari **Traveloka** menandakan bahwa setiap akomodasi mematuhi standar kebersihan dari WHO, pemerintah, dan asosiasi perhotelan di Indonesia.

Garuda Indonesia juga menyediakan halaman informasi terkini dan aktual terkait perubahan aturan perjalanan selama pandemi Covid-19.

Tips

Tingkatkan keyakinan pelanggan dengan menyertakan kata-kata seperti “bersih”, “nyaman”, dan “aman” pada teks iklan.

Tambahkan ekstensi sitelink untuk memberi tahu solusi Anda dalam menjaga kesehatan dan kebersihan.

Sumber

Semua data Google Search yang disertakan dalam laporan ini berasal dari Google Trends, 1 Nov 2019 - 31 Okt 2020 vs. 1 Nov 2018 - 31 Okt 2019, kecuali dinyatakan lain.

Contoh brand dalam laporan ini sebagian besar diseleksi dari langganan premium trendwatching.com

1. GlobalWebIndex, Gelombang Kuartal 3, 2020
 2. Google Trends, Seluruh Dunia, Shopping, 2019 vs 2016
 3. Pew Research Center, The future of the global muslim population
 4. Superfood Asia; 5 reasons to be part of the Halal food industry now
 5. GlobalWebIndex, Coronavirus Research Release 3: Multi-Market Research, Maret 2020, Negara di seluruh Asia Pasifik menjawab “somewhat agree” (agak setuju) untuk penggunaan humor
 6. Laporan Gen Z Indonesia 2020 dari Google/Kantar/SixthFactor
 7. Google, Temasek dan Bain, e-Conomy SEA 2020: At full velocity — Resilient and racing ahead, Nov. 2020.*
-

YEAR IN SEARCH 2020 INDONESIA

Melihat ke belakang untuk memajukan bisnis Anda

Think with Google