

VERTIKAL 2



Media dan Hiburan

Kepopuleran media digital di Indonesia tidak menunjukkan tanda-tanda melambat meskipun kegiatan kembali normal.

Orang-orang mencari hiburan secara online karena terdorong ragam pilihan konten yang tersedia. Mereka juga mencari konten yang selaras dengan preferensi pribadinya serta mengeksplor platform digital dan layanan streaming untuk menonton tayangan yang mereka suka.

Karena orang-orang Indonesia semakin sering bepergian, mereka meneliti solusi telekomunikasi agar tetap terhubung dengan orang yang mereka sayangi.

Minat penelusuran dalam **roaming** bertumbuh sebesar +140%.

Minat penelusuran **internet umroh** melonjak sebesar +360%.

Serupa dengan hal tersebut, terdapat +20% peningkatan minat penelusuran dalam **telco app brands**.

Terdapat juga meningkatnya harapan bahwa konten harus mampu memenuhi serangkaian kebutuhan individu tertentu. Hal ini terlihat melalui pencarian yang lebih bersifat niche, pribadi, dan relevan.

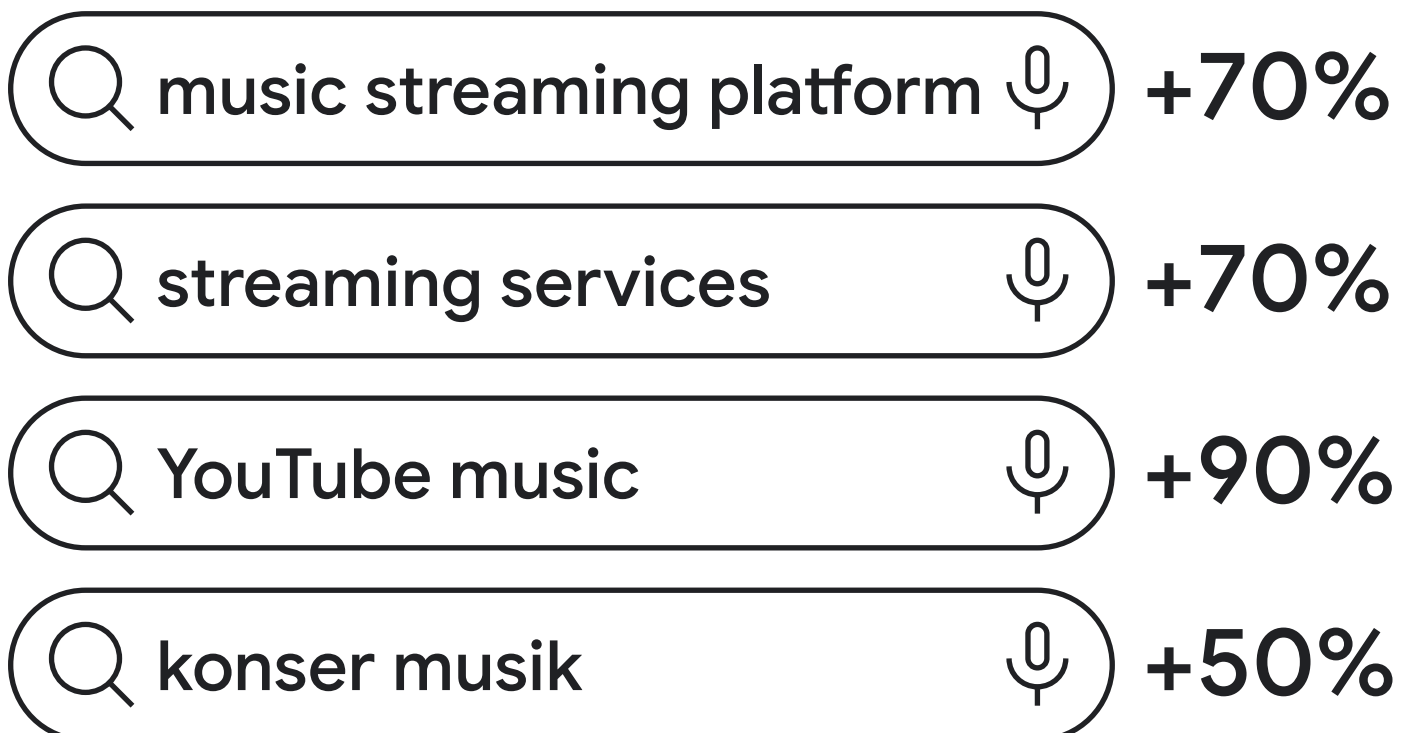


Konten terkait olahraga menjadi semakin populer di Pencarian YouTube ...

Minat penelusuran dalam keyword terkait dengan **soccer** melonjak sebesar +300%.

Minat penelusuran dalam **badminton** dan **pingpong** juga meningkat sebesar +40%.

... dan orang-orang menikmati musik di platform streaming seiring konser-konser mulai diselenggarakan kembali.





Meningkatnya minat penelusuran
dalam konten lainnya ...

🔍 podcast 🎙️ +30%

🔍 sinetron terbaru 🎙️ +40%

di Pencarian YouTube

🔍 stand-up comedy 🎙️ +50%

Sorotan Produk

Manfaatkan teknologi machine learning untuk menyediakan informasi yang dipersonalisasi dan relevan bagi orang-orang yang mencari konten online, serta mendorong keputusan membeli. Brand-brand yang menggunakan **keyword yang bersifat broad match** dan strategi **smart bidding** secara bersamaan telah mengalami peningkatan sebesar 25% dalam konversi. Brand-brand juga dapat menggunakan **ekstensi lokasi** guna mendorong traffic dari Google Search menuju toko offline Anda.

Sorotan Produk

Manfaatkan Google Ads Insights Page untuk mengenali permintaan baru dan permintaan yang berubah dari konsumen terhadap konten — serta meresponsnya dengan segera, bahkan secara real-time. Data menunjukkan bagaimana perilaku pencarian bergeser dan dapat disesuaikan dengan preferensi bisnis individu, seperti lokasi dan bahasa.

Tidak hanya tentang pilihan konten. Dengan banyaknya platform digital dan layanan streaming, konsumen Indonesia pun meneliti pilihan-pilihan yang tersedia untuk menonton konten favorit mereka.

Minat penelusuran dalam platform streaming bertumbuh sebesar +60%.

Sedangkan minat penelusuran dalam aplikasi streaming serta website streaming masing-masing meningkat sebesar +30% dan +20%.



Gaming masih tetap populer dan juga mendorong pertumbuhan dalam Media dan Hiburan, dengan semakin banyaknya orang yang mencari komunitas gaming yang sesuai dengan pilihannya.

Minat penelusuran dalam **mabar** bertumbuh sebesar +80% di YouTube, seiring orang Indonesia aktif mencari teman untuk bermain game online.

Di saat yang bersamaan, minat penelusuran dalam komunitas game juga **new game** bertumbuh sebesar +20%.

Minat penelusuran dalam **gaming creators** bertumbuh sebesar +60%.



Implikasi Permasalahan

01

Ikuti arus konten agar tetap relevan.

Meledaknya Media dan Hiburan telah menciptakan tren yang melampaui platform juga industri yang ada di Indonesia. Pastikan bahwa Anda memberdayakan potensi ini, bahkan jika Anda bukan merupakan brand Media dan Hiburan. Dengan menciptakan konten yang tepat, membidik dan memanfaatkan format yang tepat, brand-brand memiliki peluang emas dalam menuturkan kisah tentang brandnya, meningkatkan online presence, dan mendorong tujuan membeli.

02

Jangkau target audience Anda di mana pun mereka berada.

Mereka yang tinggal di daerah metropolitan memiliki pola konsumsi dan preferensi yang berbeda dengan mereka yang tinggal di daerah non-metropolitan. Terus pantau subkultur yang populer di wilayah-wilayah yang berbeda guna menonjolkan diri. Upayakan juga agar terhubung dengan orang setempat dengan menciptakan konten yang bermakna bagi mereka.

Di saat yang bersamaan, orang Indonesia mengonsumsi konten melalui berbagai platform dan perangkat. Anda tidak dapat hanya mengandalkan satu channel untuk menjangkau mereka. Lihat lebih jauh dari sekedar channel tradisional dan susun rencana media terpadu guna memenuhi kapan pun dan di mana pun permintaan baru muncul.