

VERTICAL 6



Traveling

Tahun 2022 adalah tahun untuk reuni, relaksasi, dan kebangkitan traveling.

Orang Indonesia bersemangat dalam mengaktifkan mode pesawat dan mencapai tujuan liburan domestik maupun internasional pilihan mereka. Mereka juga mencari cara-cara baru dan bermakna untuk menemukan hotspot liburan.

Perjalanan internasional kembali pulih dan nyaris lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat pra-pandemi. Dengan pembatasan yang dilonggarkan di tujuan-tujuan populer, orang Indonesia mempersiapkan paspor lalu berangkat!

Minat penelusuran YoY dalam **international travel** naik sebesar 280%.

Sedangkan minat
penelusuran dalam
passport topic dan
visa masing-masing
meningkat sebesar
+90% dan +60%.



Malaysia, Thailand, dan Australia merupakan tujuan internasional teratas bagi orang Indonesia yang ingin bergerak menembus batas.

Permintaan teratas berdasarkan kota tujuan

- 1 Kuala Lumpur
- 2 Bangkok
- 3 Sydney
- 4 Melbourne
- 5 Doha
- 6 Porth
- 7 Dubai
- 8 Amsterdam
- 9 London
- 10 Jeddah



Minat penelusuran dalam liburan di Jepang bertumbuh sebesar +80%.

Di sisi lain, minat penelusuran dalam travel restriction meningkat sebesar +70%, seiring orang Indonesia terus memantau pedoman perjalanan di tempat tujuan favorit mereka.

+80%

+70%

Tidak perlu pergi jauh untuk menemukan kesenangan. Perjalanan domestik juga menampilkan pertumbuhan yang pesat, seiring tempat tujuan seperti Bali dan Yogyakarta tetap populer. Di saat yang bersamaan, tempat tujuan yang tidak begitu dikenal, indah, dan unik turut menghasilkan minat.

Favorit para turis kembali hadir ...

Minat penelusuran YoY dalam **domestic travel** bertumbuh sebesar 51%.

Berkat tanda-tanda pulihnya perjalanan domestik sejak awal 2022, kota-kota seperti Denpasar, Medan, Surabaya, dan Yogyakarta muncul sebagai tempat tujuan teratas di Indonesia.

Permintaan teratas berdasarkan kota tujuan

- 1 Jakarta
- 2 Bandung
- 3 Surabaya
- 4 Yogyakarta
- 5 Denpasar
- 6 Kuta Selatan
- 7 Medan
- 8 Semarang
- 9 Batam
- 10 Makasar



Penelusuran minat dalam **tiket bali** dan **tiket medan** masing-masing meningkat sebesar +70% dan +55%.

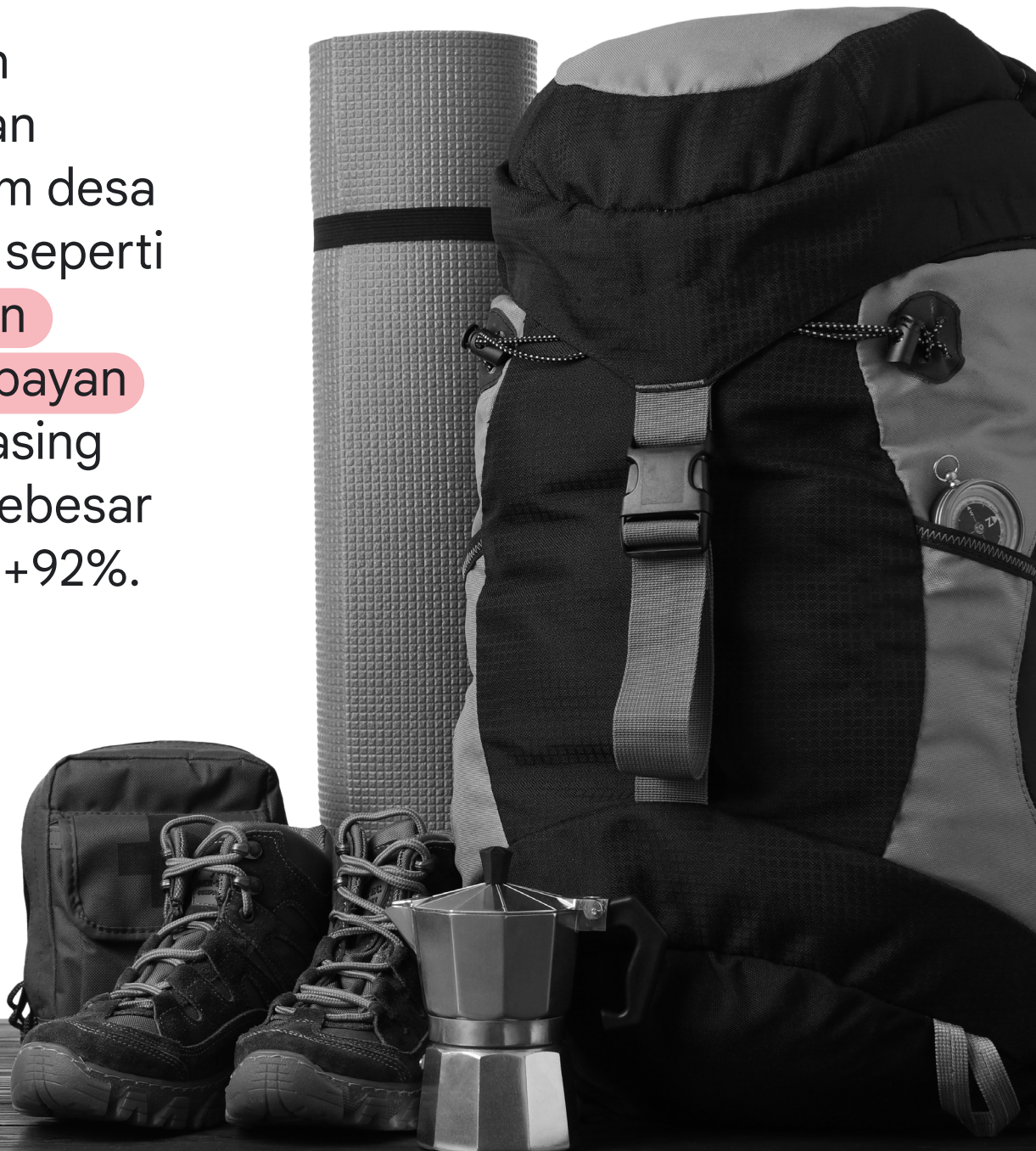
Sejalan dengan hal tersebut, penelusuran minat dalam **wisata surabaya** dan **wisata jogjakarta** masing-masing mengalami pertumbuhan sebesar +70% dan +50%.



... sedangkan tempat tujuan yang lebih baru dan terpencil turut mendapat perhatian para traveler.

Penelusuran minat dalam topik terkait **tourist village** naik sebesar +55%.

Sedangkan penelusuran minat dalam desa tradisional seperti **penglipuran** dan **potrobayan** masing-masing melonjak sebesar +112% dan +92%.



Meningkatnya penelusuran minat
dalam tujuan yang kurang dieksplor:



Implikasi Permasalahan

01

Ubah permintaan perjalanan menjadi lead potensial.

Para traveler memiliki preferensi yang beragam. Hadirlah untuk menyajikan informasi yang membantu dan relevan bagi mereka seiring mendukung passion mereka. Terlibat dengan pelanggan dengan melaksanakan campaign lead generation yang mendukung mereka untuk mengikuti suatu tindakan tertentu - baik merencanakan perjalanan ke tujuan yang baru muncul ataupun mempelajari lebih dalam tentang pembatasan perjalanan ke hotspot liburan internasional.

Sorotan Produk

Muncul dalam pencarian para traveler saat mereka mencari Anda. Keyword Planner dapat membantu brand menciptakan campaign Google Search yang terpusat pada penelitian keyword yang mendalam. Kemudian Anda dapat menggunakan ekstensi gambar untuk memperluas hasil Google Search lalu membantu para traveler melihat visual yang relevan dari produk Anda. Dengan demikian, memperbesar kemungkinan mereka untuk memilih Anda.

02

Berpikirlah secara visual guna terlibat dengan para traveler yang mencari hotel atau tujuan.

Seiring orang semakin sering mencari dengan gambar beserta teks, pertimbangkan untuk berinvestasi dalam aset gambar yang menarik agar brand Anda mencolok melalui representasi yang beragam, baik dari segi orang maupun produk. Hal ini mempermudah para traveler untuk memvisualisasikan tujuan yang akan mereka kunjungi, kemudian mengambil tindakan yang diperlukan - khususnya di ponsel.

Sorotan Produk

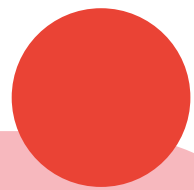
Guna menjangkau para traveler potensial dan muncul dalam hasil pencariannya, brand-brand dapat memanfaatkan broad match. Hal ini memungkinkan iklan Anda tampil dalam pencarian yang terkait dengan makna keyword terkait perjalanan. Dengan demikian, dapat mencakup pencarian yang tidak mengandung istilah keyword. Sehingga hal ini mendukung iklan Anda dalam menjangkau audience yang lebih luas.

Contoh Brand

Traveloka Indonesia menggunakan broad match untuk campaign Google Search-nya dalam menskalakan pemesanan penerbangan. Hal ini mampu mendorong lebih banyak pemesanan pada keyword yang sudah ada dan turut mencakup yang baru. Dengan demikian, hal ini mengarah pada peningkatan sebesar 32% dalam pemesanan penerbangan di tingkat CPA yang serupa.



Workcation muncul sebagai kata populer dalam traveling di masa pandemi. Tren tersebut masih ada. Orang-orang Indonesia berlanjut mencari pilihan yang memungkinkan mereka untuk bekerja dan bermain di saat yang sama.



 work from anywhere 

+180%

 work cafe 

+140%

🔍 remote work 🎙️

+40%

🔍 working space 🎙️

+30%



Bukan hanya ke mana perginya, namun juga alasan mengapa di sana. Traveling semakin berfokus pada pengalaman dan tujuan, seiring orang Indonesia mencari cara-cara baru dan unik untuk menjelajahi suatu tempat.

Penelusuran minat dalam **healing trip** bertumbuh sebesar +40%, seiring orang berfokus pada kesejahteraan dan penyembuhan selama berlibur.

Selaras dengan hal tersebut, minat penelusuran dalam **festival trip** dan **glamping** masing-masing bertumbuh sebesar +90% dan +40%.

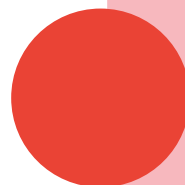
Minat penelusuran
event lari + event sepeda naik sebesar
+40%, karena orang Indonesia menemukan
cara untuk menjadikan liburan lebih seru
dibandingkan hanya bersantai di pantai.

+40%



Tahukah Anda?

Para traveler mengandalkan Google Search untuk perencanaan dan pelaksanaan, sedangkan YouTube menyediakan inspirasi yang mereka butuhkan. Di sisi lain, Maps dan Travel menyediakan dukungan logistik dan informasi perjalanan.



Product Highlight

Google's Travel Insights
mendukung marketer dalam mengenali permintaan baru dan permintaan yang berubah terhadap tempat tujuan dan hotel di seluruh dunia — juga merespons dengan segera, termasuk secara real-time.