

Musik dan Konten How To Paling Disukai Milenial Indonesia



By [Sigit Kurniawan: http://marketeers.com](http://marketeers.com), September 6, 2018

Dunia menonton memang tidak bisa dilepaskan oleh segmen milenial. Platform video, baik online maupun streaming, saat ini digemari oleh segmen ini. Bahkan, trennya mulai mengalahkan popularitas televisi. Segmen ini mengakses tontonan ini melalui berbagai gawai mereka.

Hal ini disampaikan oleh Veronica Utami, Head of Marketing Google Indonesia dalam ASEAN Marketing Summit 2018 bertajuk “Marketing to ASEAN Millennials” di Raffles Hotel, Jakarta, Kamis (6/9/2018).

“Misi YouTube memang untuk memberi setiap orang untuk mampu bersuara dan tampil. Memberi kebebasan akan informasi, kebebasan untuk kesempatan, dan kebebasan berekspresi,” ujar Veronica.

Saat ini, kebutuhan menonton YouTube sudah menjadi kebutuhan nasional di Indonesia. Maksudnya, para pengakses YouTube antara perkotaan dan daerah pelosok di Indonesia hampir sama. Persoalan kuota sudah dijawab oleh pihak Google dengan peluncuran aplikasi ringan YouTube Go.

“Kenyataannya, penggunaan YouTube ternyata sama banyaknya antara urban (92%) dan rural (85%). Intinya, brand massal apa pun yang dijual di warung pun tetap relevan untuk memanfaatkan kanal YouTube mereka,” ujar Veronica

Selain itu, Veronica mengatakan, konten menjadi faktor utama untuk popularitas YouTube. Keberagaman konten, menurut Veronica, menjadi faktor penarik di samping kemudahan masyarakat untuk menemukan video baru yang mereka cari di YouTube. Para milenial menyukai konten-konten yang mengusung musik, how to, dan gaya hidup.

“Perlu diingat, dalam dua tahun terakhir, pertumbuhan konten lokal sangat besar, mencapai 40 kali lipat. Ini artinya, orang-orang Indonesia tak kalah jagoan dalam membuat konten. Ini juga yang sebaiknya diperhatikan oleh brands,” kata Veronica.