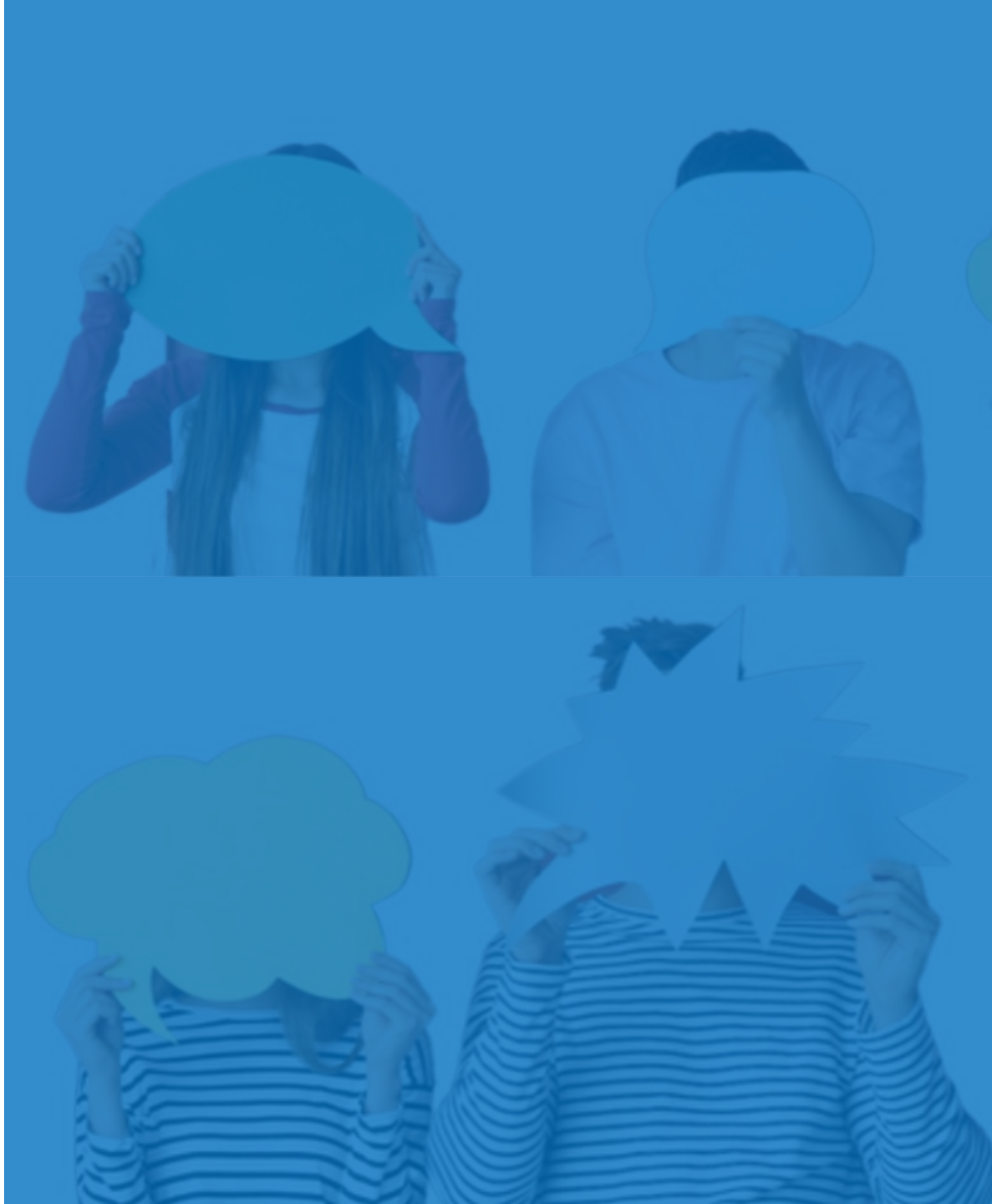
Memahami perilaku dan preferensi Gen Z

Maret 2024



Pengantar

Generasi Z, yang saat ini membentuk sekitar 25% dari total populasi Indonesia, memiliki peran yang semakin signifikan dalam dunia bisnis. Dengan nilai dan preferensi yang berbeda dari generasi sebelumnya, pemahaman mendalam terhadap perilaku mereka dapat menjadi kunci keberhasilan dalam merancang strategi pemasaran dan penjualan.

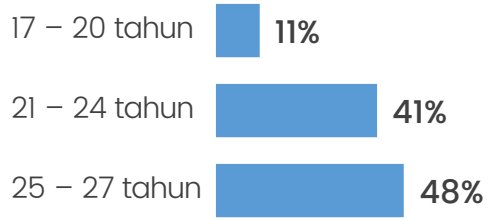
Studi ini dilakukan melalui survei online terhadap 304 responden usia 17-27 tahun di Jabotabek, dengan tujuan untuk mendapatkan insight mengenai perilaku dan preferensi Gen Z sebagai dasar pembuatan keputusan bisnis yang lebih baik.

Demografi Responden

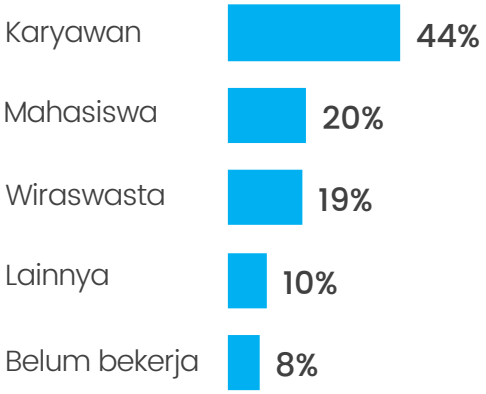
Gender



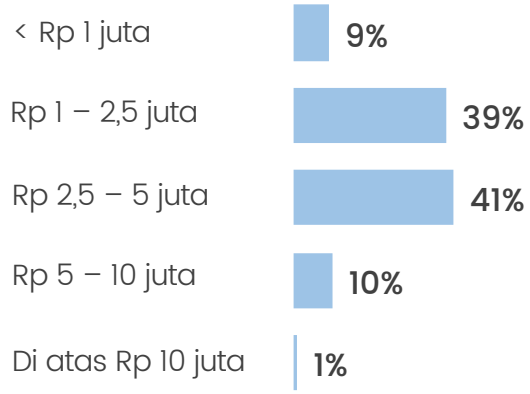
Usia



Pekerjaan



Tingkat Pengeluaran per Bulan



Daftar Isi

01. Perilaku dan preferensi media sosial

02. Prefensi pendidikan dan karir

03. Perilaku dan preferensi keuangan

04. Perilaku dan preferensi kesehatan

05. Perilaku dan preferensi sosial dan lingkungan



Perilaku dan preferensi media sosial

Media sosial memiliki peran yang sangat besar di kehidupan Gen Z, mulai dari sebagai sumber hiburan dan informasi, sampai ke aktivitas komunikasi dan pembelian produk

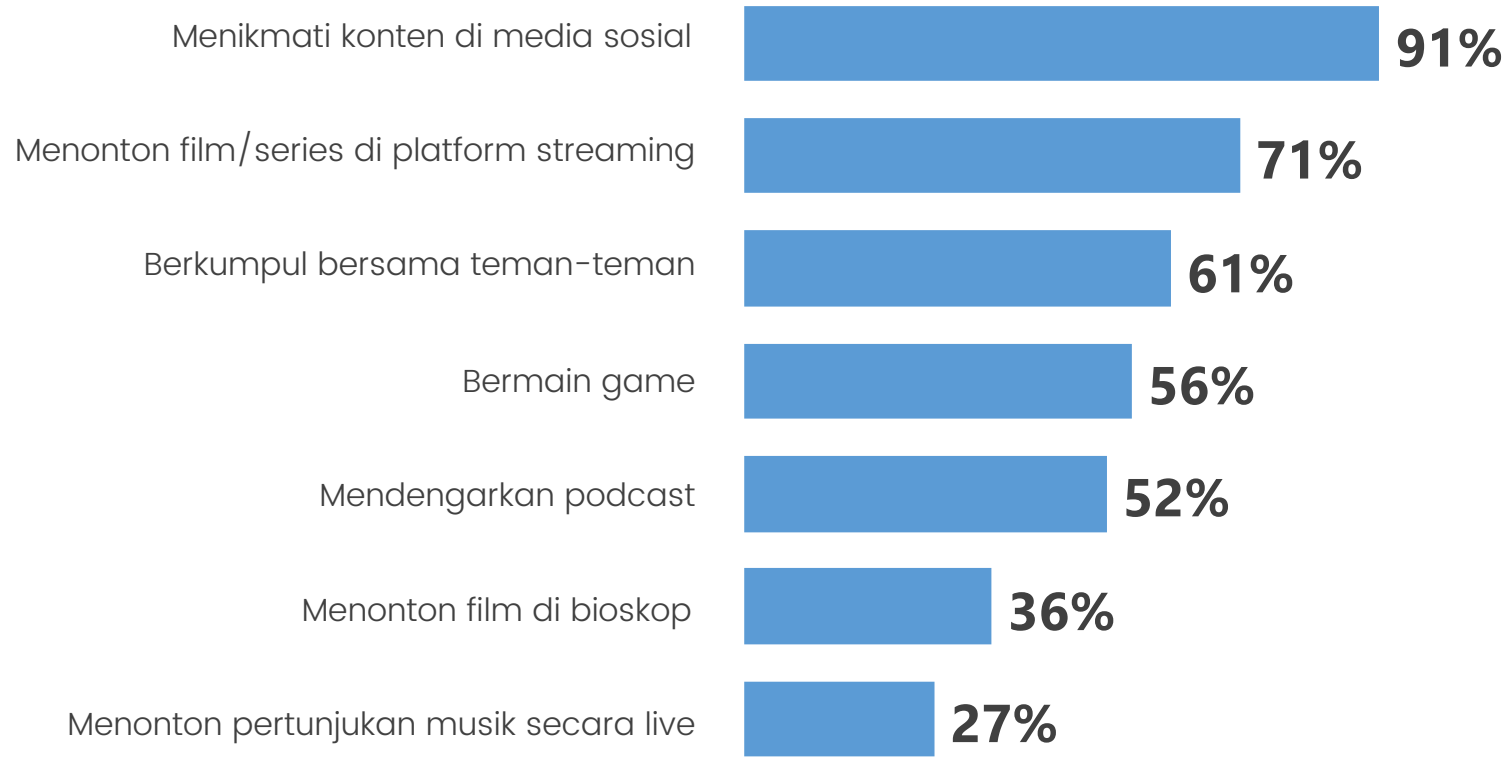
Mayoritas Gen Z memilih mengonsumsi konten media sosial sebagai aktivitas utama dalam mendapatkan hiburan

Hampir seluruh Gen Z berpendapat bahwa menikmati konten di media sosial adalah bentuk kegiatan hiburan.

Sementara itu, perilaku kegiatan menonton film telah bergeser secara signifikan menjadi platform streaming dibandingkan dengan pergi ke bioskop.

Meskipun didominasi oleh kegiatan yang bersifat online, namun sebagian besar Gen Z masih memandang penting interaksi sosial dengan berkumpul bersama teman-teman.

"Kegiatan entertainment apa saja yang sering kamu lakukan dalam 3 bulan terakhir?" – multiple answer



95%

dari Gen Z menggunakan media sosial sebagai sarana utama untuk mencari informasi

"Media apa saja yang kamu gunakan untuk mencari informasi, baik informasi umum atau untuk minat/hobi?" – multiple answer



Apa saja sumber informasi lain?

59% Aplikasi chat

54% Search engine

36% Media online

24% Media elektronik konvensional

Selain media sosial, mayoritas Gen Z mendapatkan informasi dari orang lain melalui chat atau aktif mencari lewat search engine.

Media online seperti situs berita dan forum dan media elektronik konvensional seperti TV dan radio masih digunakan namun dengan porsi yang tidak terlalu besar.

Perusahaan dan brand tentunya harus menyesuaikan alokasi budget marketing melalui saluran yang tepat agar komunikasi dapat tersampaikan dengan lebih efektif.

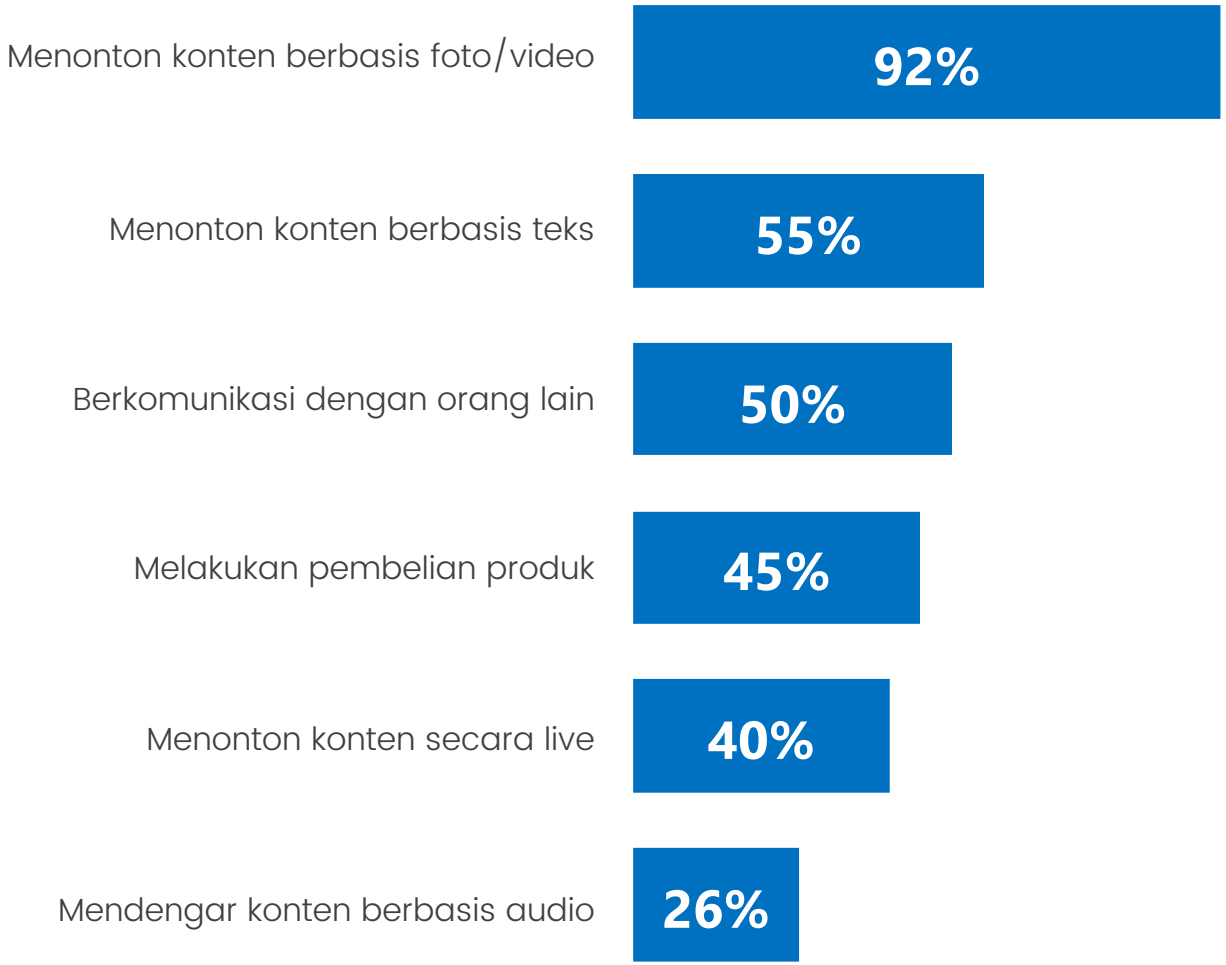


Tidak hanya untuk mengonsumsi konten, media sosial juga digunakan untuk berkomunikasi dan melakukan pembelian online

Konten media sosial berbasis foto/video digemari oleh jauh lebih banyak Gen Z dibandingkan dengan yang berbasis teks dan audio.

Hampir separuh dari Gen Z sudah melakukan pembelian produk lewat media sosial. Apakah produkmu sudah bisa dibeli melalui channel ini?

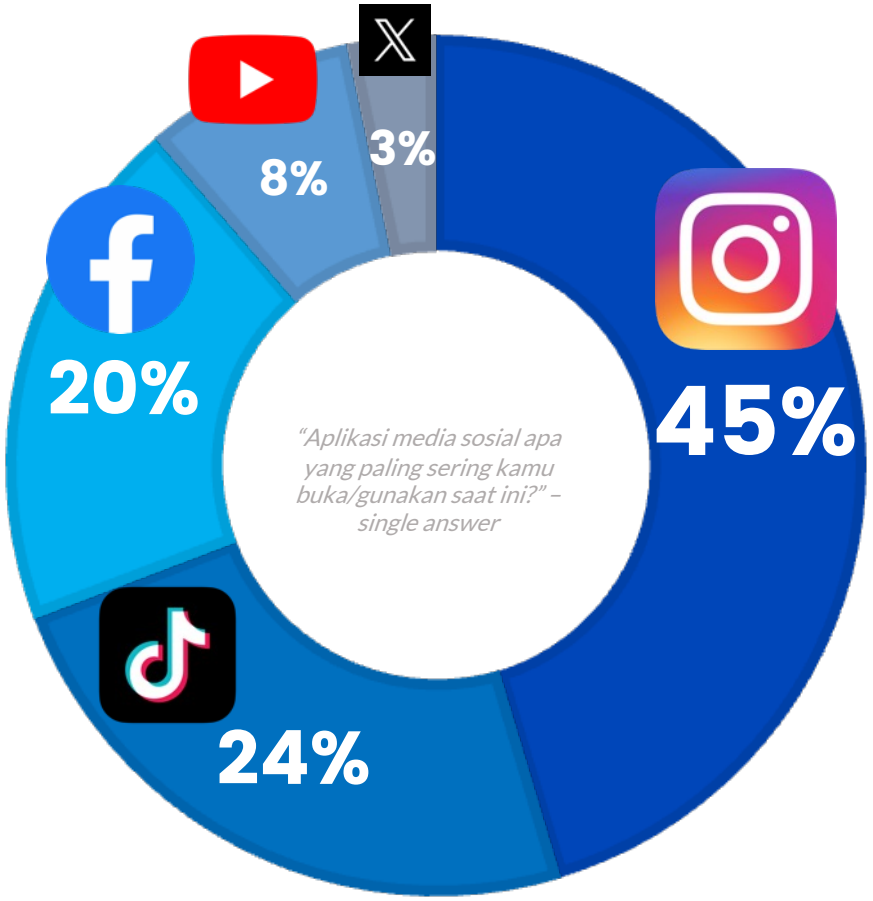
"Aktivitas apa saja yang biasa kamu lakukan di media sosial?" – multiple answer



Instagram, TikTok, dan Facebook adalah tiga aplikasi media sosial utama yang digunakan oleh Gen Z

Instagram masih menjadi aplikasi media sosial utama bagi Gen Z secara umum, diikuti oleh TikTok dan Facebook. Penting bagi perusahaan untuk tetap menjaga eksistensi brand-nya di tiga platform utama ini.

Untuk meningkatkan engagement di media sosial, tipe-tipe konten yang disukai oleh Gen Z dapat menjadi pertimbangan untuk merencanakan strategi konten yang lebih efektif.



dengan konten komedi dan informasi umum sebagai konten yang banyak disukai

"Tipe konten media sosial seperti apa saja yang kamu sukai?" – multiple answer

77% menyukai konten humor/komedi

62% menyukai konten berita/informasi umum

57% menyukai konten edukasi/tutorial

54% menyukai konten travel/jalan-jalan



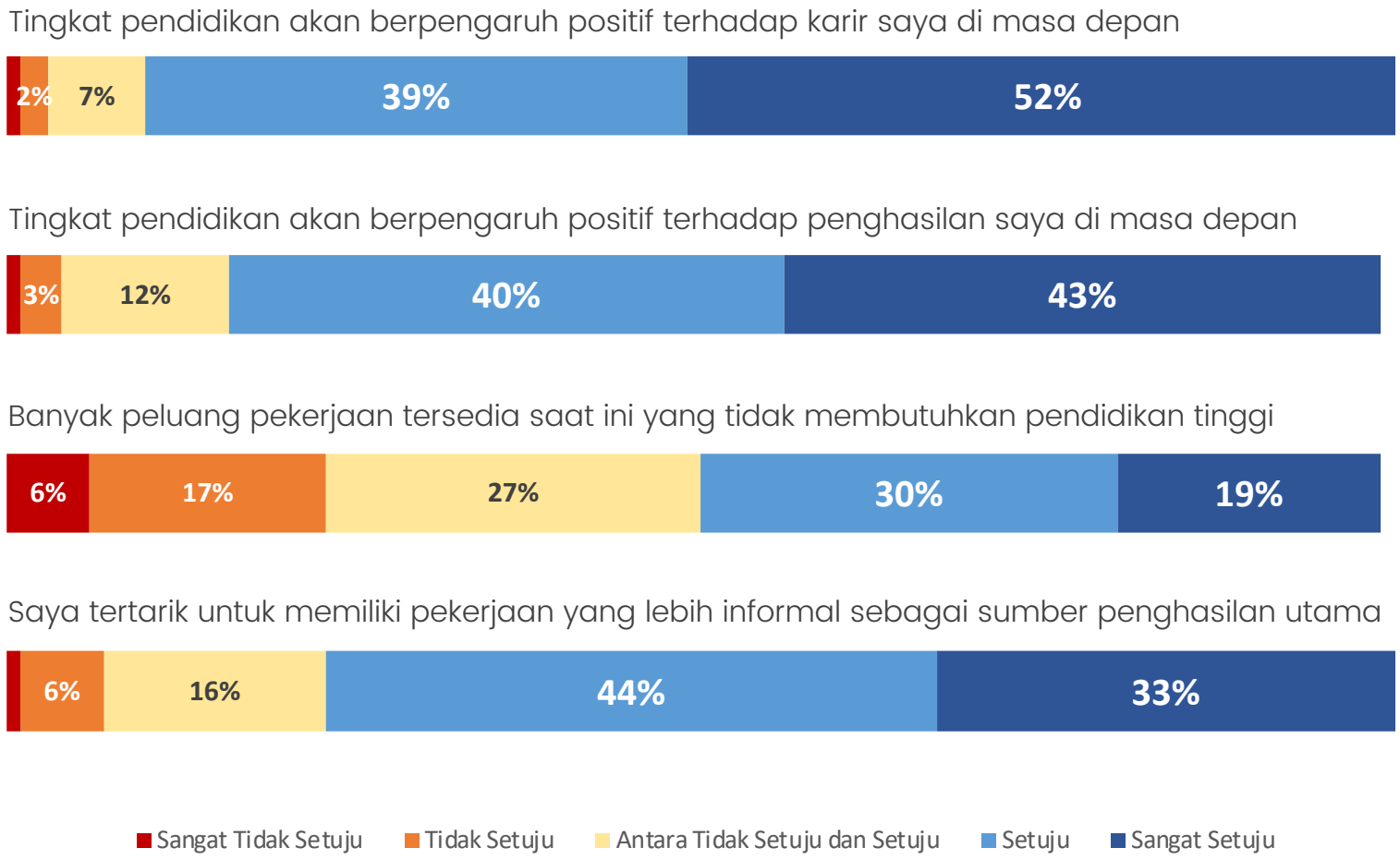
Preferensi pendidikan dan karir

Preferensi Gen Z terhadap lingkungan kerja memiliki perbedaan dibandingkan generasi sebelumnya. Meskipun demikian, pendidikan tetap dianggap krusial dalam pengembangan karir mereka

Gen Z memandang penting pendidikan, namun terbuka untuk bidang pekerjaan yang lebih informal

Pendidikan diyakini sebagai faktor penting yang akan mempengaruhi karir dan tingkat penghasilan, dan menjadi syarat untuk mendapatkan pekerjaan. Namun, di satu sisi, mayoritas mereka juga percaya bahwa bidang pekerjaan yang lebih informal dapat menjadi pilihan.

"Seberapa setujukah kamu terhadap pernyataan-pernyataan berikut dalam topik pendidikan dan karir?" – single answer



Faktor fleksibilitas kerja menjadi faktor yang terpenting bagi Gen Z dalam memilih tempat bekerja

Pergeseran perilaku bekerja khususnya setelah pandemi COVID-19 telah membuat fleksibilitas dalam bekerja menjadi hal yang penting, khususnya bagi Gen Z. Bagi perusahaan, hal ini dapat menjadi insight yang sangat berharga untuk menarik talenta terbaik.

"Mohon urutkan faktor-faktor berikut dari yang kamu anggap paling penting sampai paling tidak penting sebagai faktor dalam memilih tepat bekerja" – single answer

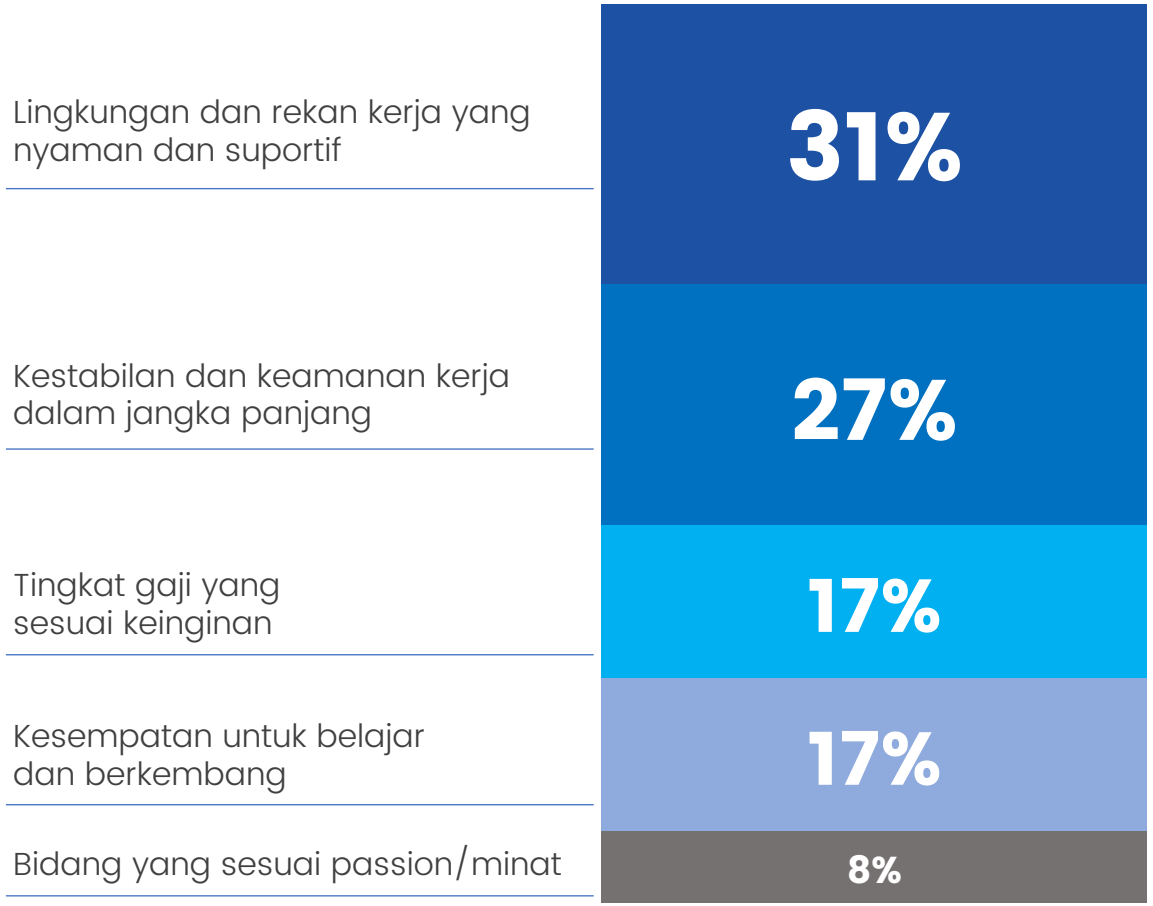
1. Fleksibilitas tempat kerja
2. Fleksibilitas jam kerja
3. Gaji yang sesuai/menarik
4. Benefit non-gaji yang menarik
5. Fasilitas perusahaan yang menarik
6. Perhatian perusahaan terhadap wellness karyawan



Lingkungan kerja yang nyaman dan kestabilan jangka panjang membentuk unsur tempat kerja yang ideal bagi Gen Z

Untuk meningkatkan loyalitas mereka terhadap perusahaan, tingkat gaji saja tidak cukup. Perusahaan juga perlu juga fokus pada lingkungan kerja yang mendukung dan kestabilan jangka panjang.

"Hal apa yang paling kamu inginkan untuk didapat dari sebuah tempat kerja yang ideal?" – single answer





Perilaku dan preferensi keuangan

Adanya peluang bisnis yang terbuka bagi layanan-layanan inovatif yang dapat memenuhi atau beradaptasi dengan kebutuhan serta perilaku keuangan Gen Z



72%

memiliki pengetahuan yang cukup mengenai produk finansial

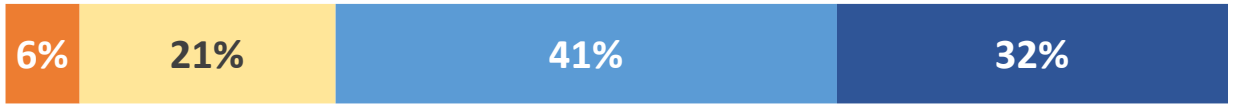
Pengetahuan yang dimilki Gen Z mengenai produk finansial juga dibarengi dengan perilaku mereka.

Sebagian besar sudah memiliki kebiasaan menabung rutin dan lebih dari setengahnya sudah memiliki produk investasi. Namun masih ada pekerjaan rumah yang harus dilakukan untuk meningkatkan minat dalam membeli produk asuransi.

Di sisi lain, pembayaran dengan metode cicilan atau juga mulai menjadi hal yang lumrah digunakan oleh Gen Z.

"Seberapa sesuaikah kamu dengan pernyataan-pernyataan berikut mengenai topik keuangan?" – single answer

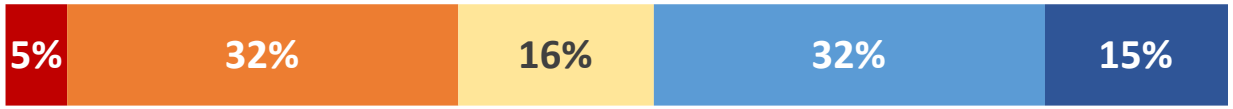
Saya memiliki kebiasaan **menabung** secara rutin



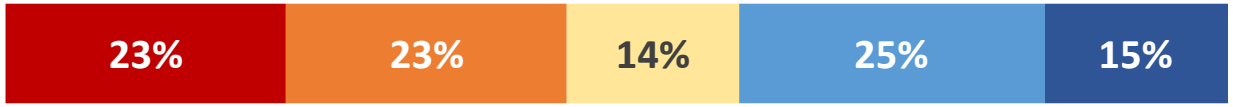
Saya membeli/memiliki satu atau lebih produk **investasi**



Saya membeli/memiliki satu atau lebih produk **asuransi**



Saya sering menggunakan metode pembayaran **cicilan/paylater**



Sangat Tidak Sesuai
Tidak Sesuai
Antara Tidak Sesuai dan Sesuai
Sesuai

65%

dari Gen Z merasa bahwa tingkat pendapatan mereka saat ini belum sesuai dengan lifestyle yang diinginkan

Ketidaksesuaian ini bisa dimanfaatkan oleh bisnis untuk fokus pada inovasi-inovasi seperti produk dengan harga terjangkau atau opsi pembayaran yang fleksibel. Pemahaman terhadap nilai ini bisa menjadi kunci membangun hubungan yang kuat dengan segmen pasar ini.

"Seberapa sesuaikah kamu dengan pernyataan berikut: Saya merasa tingkat pendapatan saya belum sesuai dengan lifestyle yang diinginkan" – multiple answer



Porsi pengeluaran Gen Z didominasi oleh kebutuhan komunikasi, makanan, dan transportasi

Prioritas pengeluaran ini mencerminkan pentingnya konektivitas digital bagi mereka, selain dari kebutuhan primer makanan dan minuman serta transportasi.

Tersedianya layanan-layanan yang inovatif dan terjangkau bisa menjadi solusi Gen Z dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut.

"Mohon urutkan porsi pengeluaran bulanan kamu berikut dari yang paling besar sampai paling kecil– single answer

1. Komunikasi (pulsa, data)
2. Makanan dan minuman
3. Transportasi
4. Produk finansial (tabungan, investasi, asuransi)
5. Traveling/liburan
6. Tagihan rumah (listrik, air)
7. Hiburan (konser, event)
8. Hobi/olahraga



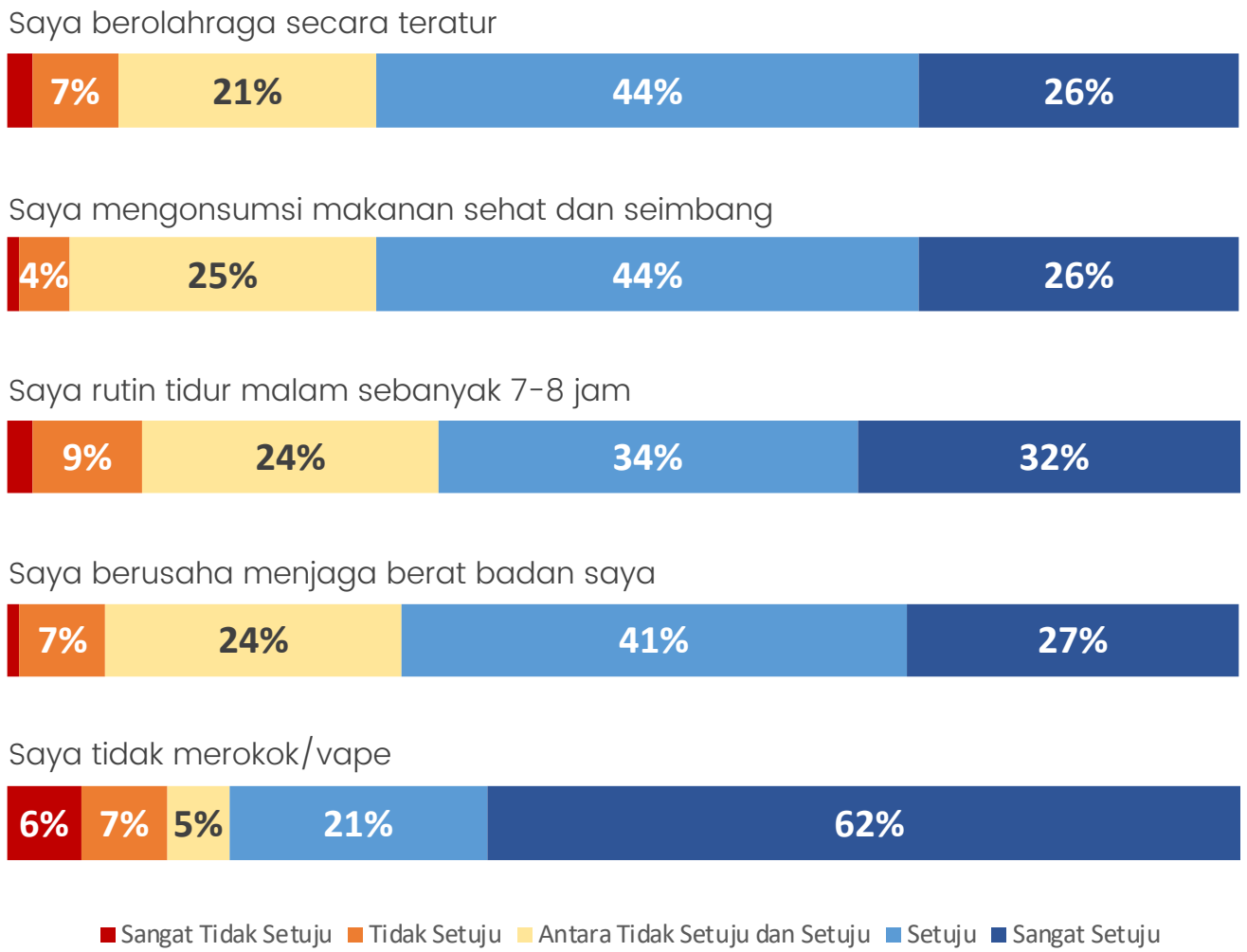
Perilaku dan preferensi kesehatan

Kesadaran mengenai gaya hidup sehat dan kecenderungan untuk menjalankannya menjadi salah satu ciri positif yang dimiliki oleh Gen Z.

Gen Z memiliki pandangan yang positif terhadap gaya hidup sehat

Kesadaran ini mendorong mereka untuk aktif berolahraga, mengadopsi diet yang seimbang, dan menjalani pola hidup yang lebih sehat secara umum. Layanan kesehatan, kebugaran, dan gaya hidup seimbang yang menargetkan segmen ini memiliki prospek yang cerah ke depannya.

"Seberapa setujukah kamu dengan pernyataan-pernyataan berikut mengenai kesehatan?" – single answer





75%

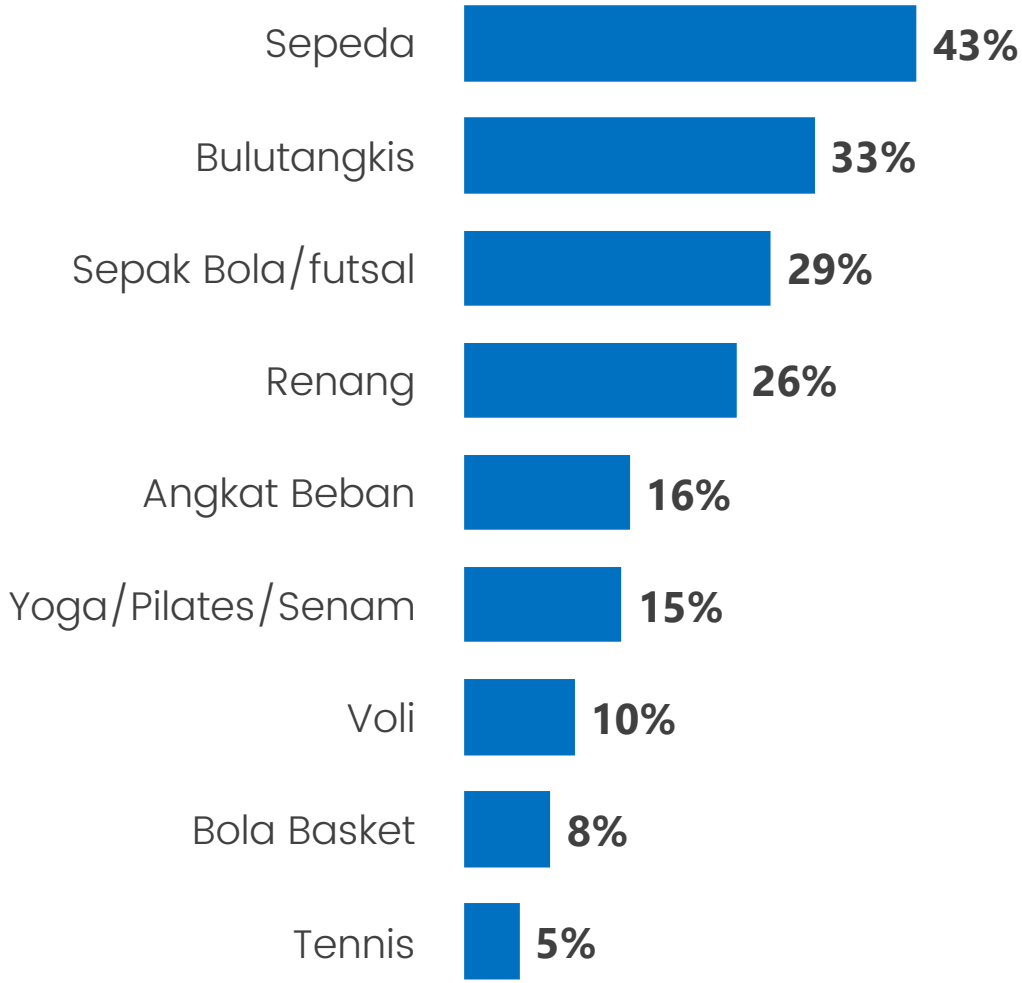
dari Gen Z saat ini menyukai olahraga lari

Olahraga lari menjadi olahraga terpopuler di kalangan Gen Z. Tren ini dapat juga terlihat dari banyaknya acara lari yang diselenggarakan dan antusiasme peserta yang mengikutinya.

Selain itu, olahraga yang tergolong lebih baru digemari seperti angkat beban dan yoga bisa mengalahkan popularitas olahraga seperti voli dan basket.

"Jenis olahraga apa saja yang saat ini sedang kamu rutin lakukan?" – multiple answer

Olahraga apa lagi yang digemari?





Perilaku dan preferensi sosial dan lingkungan

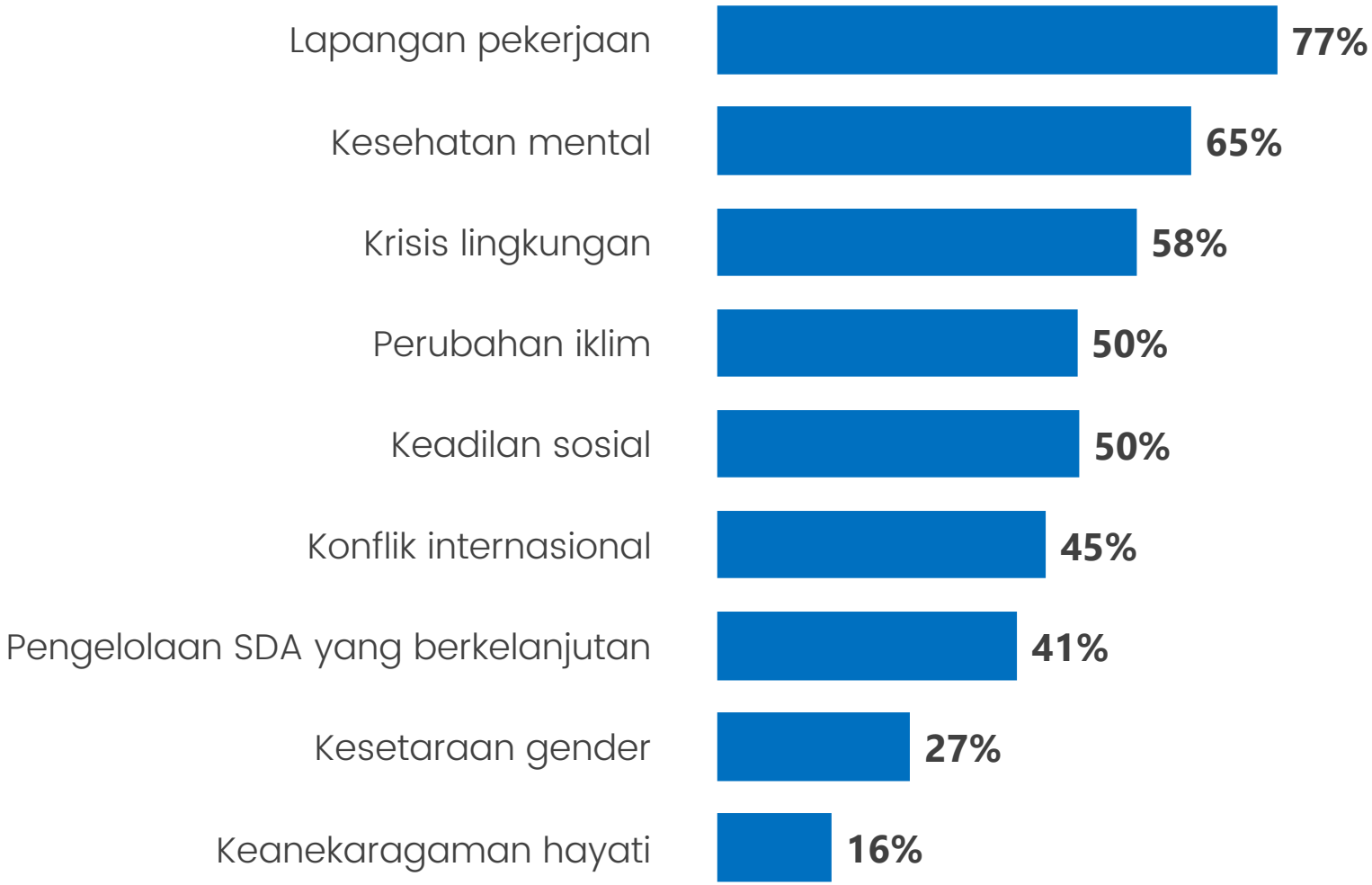
Kesadaran Gen Z terhadap isu sosial dan lingkungan juga diikuti oleh partisipasi aktif mereka dalam berbagai tindakan yang mencerminkan dorongan untuk menciptakan perubahan positif

Isu mengenai ketersediaan lapangan kerja menjadi perhatian bagi mayoritas Gen Z saat ini

Selain itu, isu sosial yang mendominasi perhatian mereka adalah mengenai kesehatan mental.

Adapun topik mengenai krisis lingkungan dan perubahan iklim menjadi isu lingkungan yang menjadi concern bagi lebih dari setengah Gen Z yang disurvei.

"Isu sosial dan lingkungan apa saja yang menurut kamu penting saat ini?" – multiple answer





78%

dari Gen Z pernah membeli produk yang lebih ramah lingkungan

Selain memiliki kesadaran tinggi terhadap isu lingkungan, Gen Z juga sudah menjadi advokat lingkungan yang aktif, utamanya melalui pemilihan produk yang lebih ramah lingkungan dan penggunaan transportasi umum jika memungkinkan.

"Aktivitas apa saja yang sudah pernah kamu lakukan terkait isu sosial atau lingkungan??" – multiple answer

Aktivitas apa lagi yang pernah dilakukan terkait isu sosial dan lingkungan?

68% mengutamakan menggunakan transportasi umum

57% membuat/share konten media sosial bertemakan sosial atau lingkungan

37% mengikuti kegiatan/kampanye pelestarian alam dan lingkungan

Helping you to understand your customers better

Email
contact@cx-go.com

Phone
+62-813-1031-6862

Office
GKM Green Tower Lv. 20
Jl. TB Simatupang Kav. 89G
Kebagusan Jakarta Selatan 12520