

Generasi Z: pertimbangan brands untuk membidiknya sebagai target utama = Generation Z considerations on how brands should target them

Siregar, Khalya Karamina, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446861&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Saat ini, Generasi Z adalah generasi dengan kepribadian dan karakteristik paling kompleks dan kritis sepanjang masa. Perbedaan karakter dari generasi terdahulunya sangat mempengaruhi perilaku pembelian dari Generasi Z. Di tahun 2020 mendatang, diperkirakan bahwa anggota dari Generasi Z akan menjadi kelompok konsumen terbesar di dunia, melebihi berbagai kelompok generasi sebelumnya. Oleh karena itu, kekuatan dan daya beli dari generasi ini tidak dapat disepelekan. Walau kini anggotanya berusia maksimal 22 tahun, pengaruh mereka di lingkungan sosial dan keluarga terbilang signifikan. Kekuatan dari Generasi Z diperkuat dari mudahnya akses informasi dan fasihnya mereka untuk berkomunikasi di dalam dunia teknologi dan digital. Sebagai generasi pertama yang lahir sebagai digital natives, mereka hidup tidak hanya di dunia nyata melainkan juga di dunia digital. Berdasarkan kebutuhan dan perilaku yang berbeda, brand perlu mempertimbangkan ulang taktik dan strategi pendekatan kepada target baru ini. Tentunya, strategi pemasaran digital adalah pendekatan yang perlu ditekankan. Melihat potensi pembelian yang besar dari generasi ini, brand yang visioner akan mulai membidik Generasi Z sebagai target utama mereka, dengan pendekatan bauran pemasaran yang sesuai dengan karakteristiknya.

<hr />

ABSTRACT

Nowadays, Generation Z is the most complex and critical generation from all times. These character and behavior differences from its preceding generations affected their buying decision process. It is estimated that by 2020, Generation Zs will come to be the largest group of consumers globally. Judging by the statement given, this younger generation should not be looked down by brand marketer. With the oldest member barely even 22 years old, their influence both in social and family environment can be considered as significant. Their favorable state of life is also supported by information accessibility and their fluency in the digital technology. They are the first ever digital natives born generation, hence familiar living both in reality and varied social networks. Their specific behavior and characteristics require brands to reconsider their current approach and strategy to engage with this new audience. Digital marketing is a one definite strategy to be focused on while targeting to Generation Z. Seeing the potential of this generation, a visionary brand will start targeting this generation as their main audience, with a tailored marketing mix approach to meet their expectations.