

INTISARI

Youtube merupakan situs web berbagi video yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, terutama Gen Z sebagai populasi yang sangat aktif menggunakan, mengikuti perkembangan, dan mengakses berbagai sosial media termasuk Youtube. Peluang ini dapat dimanfaatkan dengan baik oleh perusahaan *start up* digital Gojek sebagai media digital *marketing* dengan menayangkan iklan berkonsep *storytelling* sebelum video Youtube diputar. Iklan yang ditampilkan ini menarik dan berbeda dengan iklan kebanyakan. Dengan konsep *storytelling*, Gojek mencoba mengangkat sisi keunikan dan kreativitas masyarakat Indonesia dalam menyelesaikan masalah sehari-hari.

Dalam penelitian ini, narasumber merupakan Gen Z yang merupakan mahasiswa Universitas Gadjah Mada, pernah menonton iklan Youtube Gojek “Cerdikiawan” yang berjumlah 7 orang dan didapatkan dari *Focus Group Discussion*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif.

Kata Kunci: Sosial Media, Youtube, Digital *Marketing*, Iklan, Gojek, Gen Z,
Storytelling Marketing.

ABSTRACT

Youtube is a video sharing website that is most used by the people of Indonesia, especially Gen Z as a population that is very active in using, keeping abreast of, and accessing various social media including Youtube. This opportunity can be put to good use by digital startup company Gojek as a digital marketing media with show storytelling ads before the Youtube video plays. The advertisements displayed are interesting and different from most advertisements. With the concept of storytelling, Gojek tries to raise the uniqueness and intelligence of the Indonesian people in solving everyday problems.

In this study, the resource person is Gen Z who are student of Gadjah Mada University, who has watched the YouTube advertisements of "Cerdikiawan" which amounted to 7 people and was obtained from a Focus Group Discussion. The type of data used in this study are primary and secondary data. While the research method used is qualitative.

Keywords: Social Media, Youtube, Digital Marketing, Advertising, Gojek, Gen Z, Storytelling Marketing.