

Daftar Isi

Prakata

Prolog

#1	Waktu Kerja "9-to-5"	1
#2	Tempat Kerja	5
#3	<i>Long-Term Employment</i>	11
#4	Pakaian Kerja Formal	17
#5	Kepemilikan	25
#6	Dapur	31
#7	<i>Brand</i>	39
#8	<i>Brand Loyalty</i>	45
#9	Iklan	51
#10	Televisi	57
#11	Grup Lawak	65
#12	Agen Perjalanan	71
#13	Album Foto	77
#14	Jam Tangan	83
#15	Kamera	91
#16	Kabel	97
#17	Sabun Batang	101
#18	Game Konsol	105
#19	Soda	111
#20	<i>Call Center</i>	117
#21	SMS	121
#22	Kartu Kredit	125

#23 Cash	131
#24 Bir	139
#25 Mabuk	145
#26 Film Porno	151
#27 Eye Contact	157
#28 Percakapan	163
#29 Social Skills	169
#30 Kebersamaan Keluarga	175
#31 Mainan Anak-anak	181
#32 Radio AM/FM	187
#33 CD dan Music Download	193
#34 Musik Rock	199
#35 Celebrity Endorser	205
#36 Materialisme	211
#37 Golf	219
#38 Berlian	225
#39 Sepatu High Heels	231
#40 Moge	237
#41 Industri Perminyakan	243
#42 Menikah	249
#43 Department Store	255
#44 Hijab Jadul	261
#45 Sedotan	267
#46 Rokok Kretek	273
#47 Perpustakaan	279
#48 Media Cetak	285
#49 Blog	293
#50 Smartphone Also Kills Everything	299

Epilog	Prakata	307
Catatan Akhir		309
Tentang Penulis		317

Buku ini bermula dari tulisan kami di blog yuuwahady.com berjudul "How Millennials Kill Everything" bulan November 2018. Sebuah tulisan yang awalnya kami anggap biasa saja tapi rupanya kemudian viral di media sosial.

Karena viral, kami menjadi curiga jangan-jangan ada something special dari topik tulisan tersebut. Dari itulah permulaan untuk meneliti tahu bagaimana kejarnya generasi milenial "membantai" produk, layanan, dan industri dimula.

Maka satu per satu produk, layanan, dan industri yang "dibunuh" milenial kami kumpulkan. Kebetulan fenomena "pembunuhan" oleh generasi milenial ini adalah fenomena global sehingga ada banyak tulisan mengenai topik ini di berbagai media global.

Awalnya terkumpul sekitar delapan puluhan produk, layanan, industri, dan perilaku. Namun setelah diteliti lebih jauh beberapa di antaranya kurang relevan untuk konteks di Indonesia. Kami pun kemudian kerucutkan menjadi 50.

Setelah bergumul dengan ratusan item bahan riset selama empat bulan, akhirnya buku ini pun tuntas. Buku ini terdiri atas 50 bab yang masing-masingnya merupakan bab terpisah berisi analisis mengenai jatuh dan tak relevannya lagi produk, layanan, industri, dan perilaku sebagai dampak dari pergeseran nilai-nilai, perilaku, dan preferensi milenial.