

Published based on [Riset Kata Kunci \(Keyword Research\)](#)

# Riset Kata Kunci (Keyword Research)

Riset *keyword* masih memegang peranan penting walaupun peta dan strategi SEO sudah banyak berubah (dari optimalisasi *on-page* menjadi *link building* dan sekarang ini *social marketing*). Sejak awal, [Panduan SEO](#) ini hanya membahas analisis topik dan bagaimana melakukan optimalisasi pada subtopik tertentu.

Masalahnya, cara berpikir *casual searcher* seringkali tidak sesuai dengan optimalisasi yang kita lakukan, mereka menggunakan pencarian sederhana yang kadang sulit dipahami atau tidak tepat (misal; "mesin pencari selain mozilla") atau malah memasukkan setumpuk kata (misal; "cara penggunaan dan teknologi dari website-website pencari (search engine)" - *long tail anyone?*).

Penentuan [tujuan situs web](#) dan identifikasi audien adalah satu aspek dari SEO untuk membuat anda fokus, adapun *keyword research* bertujuan untuk memperluas cakupan 'bahasa' dan 'istilah' yang digunakan target audien saat mereka menggunakan mesin pencari.

Proses utama dalam riset kata kunci adalah sebagai berikut:

1. Membuat list kata kunci - yang mungkin digunakan audien situs anda.
2. Menghitung perkiraan jumlah pencarian harian - pada *major search engines* untuk kata-kata kunci tersebut.
3. Mengevaluasi persaingan - yaitu situs-situs web yang akan anda hadapi untuk mendapat *ranking* pada setiap keyword.
4. Dari data yang terkumpul kemudian pilih sejumlah kata kunci dengan volume pencarian tinggi (banyak pencari yang menggunakan *keyword* tersebut setiap harinya) tapi dengan kompetisi yang rendah (tidak terlalu banyak situs yang mempromosikan dirinya untuk kata kunci tersebut).

## Membuat list *keyword*

Tidak ada rumus baku untuk membuat list *keyword* - saya coba rangkum beberapa strategi saja. Idealnya semua strategi ini digunakan untuk konfirmasi dan pengayaan. Pada proyek kecil bisa saja beberapa langkah dilewat dan digunakan saat situs mulai berkembang.

### **Brainstorming**

- Siapa anda? Nama perusahaan anda (singkatan dan nama lengkap)? Untuk bisnis kecil barangkali perlu juga dicantumkan nama pemilik atau pengurusnya.
- Produk/jasa apa yang ditawarkan? Tuliskan istilah yang biasa digunakan pada industri anda dan nama produk yang ditawarkan.
- Dimana posisi anda? Optimalisasi lokasi geografis (*geo-targetting*) sangat penting kalau jenis bisnis/organisasi anda adalah [brick and mortar](#).
- *Special needs* apa yang hendak dipenuhi situs/bisnis anda? Ide kata kunci bisa banyak diperoleh kalau anda sudah menentukan tujuan dan [target audien](#) situs anda.
- Posisikan diri anda sebagai pencari atau *target audience*, dan bayangkan diri anda sebagai orang yang akan dilayani. Apa yang akan anda ketik pada kotak pencarian?
- Gunakan variasi semua kata kunci yang sudah dibuat. Misal; '*search engine marketing*' dan '*search engine optimization*' bisa dianggap hal yang sama dan varian satu sama lain (begitu pula '*search marketing*'). Gunakan bentuk tunggal dan jamak (tergantung bahasa).
- Perhatikan tema dan *event* yang biasa mempengaruhi bisnis anda (*seasonal*, misal; Ramadhan, Halloween, atau Natal).

Namanya juga *brainstorming*, intinya adalah membuat list sebesar mungkin. Memang kesannya repot dan membosankan, tapi anda tidak usah takut kelupaan sesuatu - cantumkan saja semua yang terpikirkan.

Langkah berikut? Gunakan bantuan.

## Mengembangkan list

Ada banyak *resource* yang bisa anda gunakan untuk mengembangkan *master list*. Dalam beberapa kasus sumber-sumber ini tahu lebih banyak atau - kadang - hanya memberi tambahan minor. Meski begitu, tambahan minor bisa memberi perspektif berbeda dan sering cukup berharga untuk dimasukkan.

- **Tim anda** - siapapun. Kalau anda bekerja pada konsultan SEO (atau mengerjakan SEO dalam sebuah tim), lebih baik lakukan *brainstorming* bersama. Atau kalau anda anggota tim khusus di organisasi/perusahaan yang sedang dikembangkan situsnya, lakukan *brainstorming* dengan karyawan lain.
- **Media industri** - Gunakan forum *online*, situs berita, situs referensi dan media *offline* untuk mengembangkan daftar terminologi yang biasa digunakan untuk mendeskripsikan produk atau jasa anda.
- **Customer** - Konsumen berpengalaman akan mengenal istilah canggih yang anda gunakan, tapi orang kebanyakan tidak akan paham. Walaupun tahu, mungkin mereka cuma pernah mendengar tanpa tahu artinya, dan kemungkinan tidak akan pernah menggunakannya pada saat melakukan pencarian umum.
- **Kompetitor** - Cara cepat dan mudah melakukan [keyword research](#) adalah dengan menemukan *top 5 competitor* (pilih kata kunci paling luas maknanya dalam industri anda, misal; "golf", lakukan pencarian di Google, ambil 5 situs yang ditampilkan paling atas) dan perhatikan *keyword* apa saja yang mereka gunakan.

Terakhir, kalau *website*-nya sudah ada dan terpasang program *traffic monitoring*, catat kata kunci pencarian yang digunakan oleh pengunjung (soal *webstat* kita perdalam nanti).

You can also find this article published on [Riset Kata Kunci \(Keyword Research\)](#), and on the tag pages [brainstorming](#), [keyword research](#), [mesin pencari](#), [planning](#), [sem](#), [seo](#).