

Peran Krusial dalam Pemilihan Keyword

Kemajuan teknologi membawa kita ke era digital. Tentu ini membawa perubahan di berbagai aspek kehidupan. Public Relations (PR) juga merupakan salah satu yang juga terdampak dengan adanya kemajuan ini. Seperti yang kita ketahui saat ini SEO (Search Engine Optimization) berperan penting dalam kegiatan PR. SEO sendiri bukan hanya topik teknis, melainkan sudah menjadi fondasi inti untuk kegiatan PR dan juga strategi bisnis.

SEO merupakan proses meningkatkan konten online Anda untuk meningkatkan visibilitas dalam peringkat mesin telusur. Semakin banyak orang melakukan pencarian menggunakan Google untuk menemukan produk dan informasi saat ini. Sehingga membuat SEO menjadi lebih penting dari sebelumnya: lima hasil pencarian teratas per pencarian Google mendapatkan hingga 70% dari semua klik.

Ada beberapa elemen penting dari SEO yang perlu kita pahami diantaranya; Search Ranking, Keywords, dan Backlink. Pada kali ini kita akan membahas tentang betapa pentingnya peran dari Keyword.

Memilih kata kunci (keyword) yang tepat adalah tempat semua upaya SEO dimulai, dan sering kali dapat menginspirasi seluruh strategi PR Anda. Pertimbangkan identitas merek dan penempatan pasar Anda, kemudian identifikasi kata kunci yang ingin Anda rangking. Upaya SEO Anda akan bertujuan membawa Anda ke puncak hasil pencarian untuk kata kunci itu.

Dengan kata lain pemilihan kata kunci merupakan strategi awal dari kegiatan bisnis Anda. Pemilihan kata kunci ini merupakan cara untuk bersaing dan mengarahkan orang-orang yang menggunakan search engine seperti Google, di pasar Anda ke situs Anda, bukan ke kompetitor Anda.

Anda juga tidak ingin menargetkan kata kunci yang tidak dicari orang. Jadi, bagaimana cara seseorang melakukan penelitian kata kunci? Ini sebabnya penting untuk melakukan research sebelum menentukan nilai kata kunci.

Berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih keyword yang baik.

-Search volume

Search volume adalah data yang memberikan keterangan berapa kali sebuah keyword dicari dalam Google. Matriks ini akan membantu Anda dalam mengevaluasi seberapa populer sebuah permintaan spesifik dan seberapa banyak potensial traffic yang akan Anda dapatkan menuju ke website Anda.

-Competitiveness

Perlu diingat bahwa jika sebuah keyword memiliki search volume yang tinggi, kita juga perlu memperhatikan kompetisi yang ada. Semakin banyak search volume dari sebuah keyword maka kemungkinannya semakin banyak website dan juga marketing agency yang berebut untuk menggunakan keyword tersebut untuk mendapatkan posisi yang paling atas.

-Intent

Ini akan membantu Anda dalam mencari tahu apa maksud dari orang-orang yang mencoba untuk mencari tahu keyword tersebut. Ini akan mempengaruhi orang dalam mencari tahu tentang produk ataupun tentang bisnis Anda. Perlu diingat saat ini hampir semua orang memanfaatkan search engine untuk semua pertanyaan yang muncul dipikiran kita.

Jadi pemilihan sebuah keyword memiliki peran yang sangat krusial. Ini merupakan strategi online Anda dan dapat membentuk reputasi online Anda. Berikut merupakan beberapa langkah yang bisa diambil untuk memilih keyword yang sesuai.

1. Periksa arahan pencarian Anda saat ini melalui Google Search Console dan kembangkan dari data yang ada.

2. Konten atau halaman web apa yang Anda miliki di situs Anda yang dapat memuaskan penelusuran seseorang? Kata-kata apa yang harus Anda telusuri untuk menemukan konten itu?
3. Bagaimana Anda menjelaskan produk Anda kepada seorang pemula?
4. Cobalah untuk menghindari kata-kata dengan banyak arti dan memiliki makna yang ambigu.
5. Jangan memilih kata-kata yang terlalu kompetitif jika Anda bukan pemain utama di pasar Anda.
6. Rencanakan satu kata kunci target pusat dan 2 hingga 5 kata kunci target terkait per halaman arahan atau posting blog dalam kampanye Anda.

(oleh Fitri Frisdianti, praktisi Public Relations; referensi dari berbagai sumber)