

Riset intent dan pengelompokan topik

Hubungkan pertanyaan pencarian dengan kebutuhan pembeli dan peran halaman agar konten tidak saling mengulang.

PERENCANAAN KONTEN

Untuk siapa panduan ini?

Tim SEO, editor, dan pemilik bisnis yang menentukan halaman atau artikel berikutnya.

Hasil yang disiapkan

Peta intent, kelompok topik, dan prioritas konten.

Bahan awal

- Daftar layanan dan kebutuhan pelanggan
- Kueri Search Console bila tersedia
- Contoh hasil pencarian untuk topik yang ditinjau

Isi Playbook

01 Persiapan / 02 Langkah kerja / 03 Contoh latihan

04 Titik review / 05 Lembar kerja / 06 Checklist & rujukan

Panduan kerja terbuka, bukan sertifikasi atau jaminan hasil. Contoh di dalamnya adalah latihan editorial, bukan dokumentasi klien.

Kerjakan dalam urutan yang jelas.

01 Kumpulkan bahasa yang digunakan pelanggan

Ambil istilah dari inquiry, percakapan sales, bantuan pelanggan, dan pencarian yang sudah mendatangkan kunjungan. Catat konteksnya: siapa yang bertanya dan keputusan apa yang sedang diambil. Volume dari alat keyword dapat membantu perbandingan, tetapi bukan bukti daya beli atau jaminan permintaan.

Output: Daftar pertanyaan dengan sumber dan konteks.

02 Baca kebutuhan di balik kueri

"Harga website" dapat berarti mencari kisaran biaya, membandingkan lingkup, atau menyiapkan anggaran. Periksa hasil pencarian untuk memahami bentuk jawaban yang lazim, lalu pastikan Anda masih memberikan nilai yang berguna. Labeli intent sebagai hipotesis bila bukti belum kuat; jangan menyimpulkan semua kueri pendek bersifat transaksional.

Output: Hipotesis intent dan bentuk halaman yang sesuai.

03 Kelompokkan berdasarkan jawaban yang diperlukan

Gabungkan pertanyaan yang dapat dijawab oleh satu halaman yang koheren. Pisahkan ketika kebutuhan, bukti, atau prosesnya memang berbeda. Satu artikel bisa mendukung halaman layanan tanpa menyalin isinya. Buat hubungan internal berdasarkan konteks; tidak perlu mengulang anchor persis sama pada setiap paragraf.

Output: Peta halaman utama dan konten pendukung.

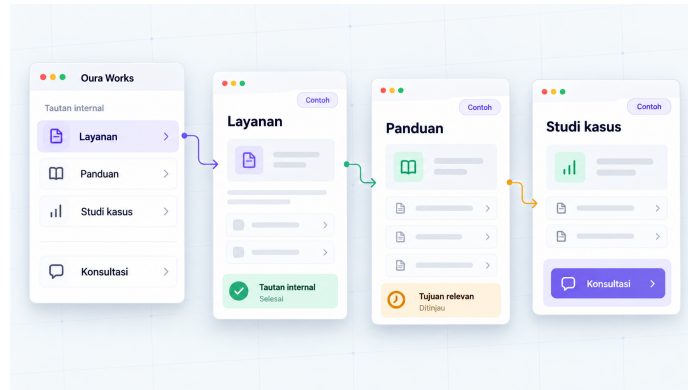
04 Pilih prioritas dari manfaat dan kemampuan

Pertimbangkan relevansi layanan, pertanyaan yang belum terjawab, bukti yang tersedia, dan kemampuan memperbarui isi. Prioritaskan pekerjaan yang bisa diselesaikan dengan kualitas baik. Setelah terbit, tinjau kueri dan kualitas inquiry pada periode yang memadai. Jangan menerbitkan halaman kota atau variasi keyword yang isinya hampir identik.

Output: Backlog konten dengan alasan dan pemilik.

Hubungkan langkah dengan keputusan.

Latihan penyedia website perusahaan: beberapa pertanyaan tentang biaya dapat berada di satu panduan, sedangkan spesifikasi integrasi memerlukan penjelasan sendiri.



Ilustrasi alur kerja; data dan label adalah contoh, bukan hasil klien.

Kueri / pertanyaan	Kebutuhan yang ditafsirkan	Tujuan konten
Biaya website perusahaan	Memahami faktor biaya dan lingkup	Panduan anggaran
Apa yang disiapkan sebelum membuat website?	Mengurangi ketidakjelasan proyek	Playbook brief
Integrasi website ke CRM	Menilai kelayakan dan alur data	Halaman integrasi
Contoh hasil proyek sejenis	Memeriksa pengalaman yang relevan	Studi kasus dengan konteks

04 / HINDARI SALAH LANGKAH

Membuat satu halaman per kata kunci

Kelompokkan kebutuhan yang sama dan hindari variasi yang tidak memberi nilai tambahan.

Memilih topik hanya dari volume

Kesesuaian layanan dan kualitas jawaban sering lebih menentukan kegunaan untuk bisnis.

Susun rencana Anda.

Isi kondisi, keputusan, atau pertanyaan yang perlu dikonfirmasi. Jangan menuliskan password, token, atau data pribadi pelanggan.

01 Pertanyaan dan sumber

02 Hipotesis intent

03 Halaman utama

04 Konten pendukung

05 Bukti yang tersedia

06 Prioritas dan alasan

06 / CHECKLIST SEBELUM DISERAHKAN

- ☐ Pertanyaan memiliki sumber atau label asumsi
- ☐ Volume tidak disamakan dengan nilai lead
- ☐ Halaman dalam kluster punya peran berbeda
- ☐ Bukti dan kapasitas editorial dipertimbangkan
- ☐ Tautan internal relevan bagi pembaca

Periksa batas dan sumbernya.

Apakah perlu alat keyword berbayar?

Tidak selalu untuk mulai. Data pelanggan, Search Console, dan pengamatan hasil pencarian dapat membentuk peta awal.

Kapan sebuah kluster perlu dipisah?

Ketika pembaca membutuhkan jawaban, bukti, atau tindakan yang berbeda; bukan hanya karena istilahnya berbeda.

Rujukan publik

[Google Search Essentials](https://developers.google.com/search/docs/essentials)

<https://developers.google.com/search/docs/essentials>

[Google: konten yang bermanfaat](https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content)

<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/creating-helpful-content>

Batas penggunaan

Rujukan diperiksa pada 2 Oktober 2026. Langkah, contoh, dan lembar kerja merupakan rumusan editorial Oura dengan bantuan AI dan rujukan publik. Sesuaikan keputusan dengan kondisi bisnis dan periksa hal teknis bersama pihak yang berwenang. Panduan ini bukan kontrak, sertifikasi, atau jaminan hasil.

[Baca versi interaktif Playbook](#)