

Strategi Kata Kunci Iklan

Exact Match

KUASAI STRATEGI KATA KUNCI IKLAN ANDA!

Disediakan oleh: Amirul Imran bin Abu Kasim

Dalam dunia **Google Ads**, pemilihan kata kunci bukan sekadar tekan “tambah keyword” dan berharap keajaiban akan berlaku. Ia sebenarnya adalah seni dan sains! Jenis **padanan kata kunci (match types)** menentukan sejauh mana iklan anda muncul kepada pengguna. Jika salah pilih, bajet boleh hangus tanpa hasil, tetapi jika betul, setiap klik boleh jadi pelanggan sebenar!

Kajian oleh **Adalysis (2025)** menunjukkan penggunaan jenis padanan yang tepat mampu **meningkatkan kadar penukaran sehingga 37%** dan **mengurangkan kos per klik sebanyak 22%**, iaitu angka yang tak boleh diabaikan oleh mana-mana pengiklan serius.



Tips:

1. Gunakan **Padanan Tepat** untuk **produk khusus** dan **kempen kecil**.
2. Gunakan **Padanan Luas** bersama kata kunci negatif (**negative keywords**) dan **automasi bidaan pintar**.

MENYELARAS NIAT PENGGUNA (SEARCH INTENT)

Kata kunci mesti **selari dengan niat pengguna (search intent)**:

- Berjual-beli (*Transactional*): Pengguna nak beli → guna padanan tepat (*exact*) atau padanan frasa (*phrase match*).
- Carian maklumat (*Informational*): Pengguna nak tahu → guna padanan luas (*broad match*).
- Sekadar melayar (*Navigational*): Sekadar cari laman → elak guna.

Menurut **Marin Software (2024)**, **68% pengiklan** berjaya **menurunkan kos 15–25%** dengan **menyusun semula kata kunci** berdasarkan niat pengguna dan menambah kata kunci negatif (*negative keywords*).

KESIMPULAN

Keyword targeting bukan sekadar teori, ia **strategi utama** dalam kempen digital yang menguntungkan. Fahami jenis padanan, fahami niat pengguna, pantau prestasi, dan anda akan **tarik pelanggan yang bukan sekadar klik, tetapi pelanggan yang bernilai!**

AMALAN TERBAIK & KAEDAH PENGGUNAAN

1. **Mulakan kecil, kemudian kembang** - Gunaan padanan tepat (*exact match*) dahulu, analisis data, kemudian luaskan ke frasa (*phrase*) yang meluas (*broad*) bila prestasi stabil.
2. **Pantau “Search Terms Report”** - Semak 1–2 minggu sekali, tambah kata kunci negatif (*negative keywords*), ubah padanan ikut hasil.
3. **Automasi bijak** - Gunaan *Smart Bidding* atau alat seperti *Adalysis & GrowMyAds* untuk pengoptimuman automatik.



About the broad match keywords campaign setting - Google Ads Help. (2019).
Google.com. <https://support.google.com/google-ads/answer/13389795?hl=en>

Brad. (2025, September 16). *The complete match types data study - Adalysis.* Adalysis.
<https://adalysis.com/blog/the-complete-match-type-performance-study-the-best-match-types-by-bid-method/>

Google Ads Keyword Match Types [2025] - Grow My Ads. (2024, December 17). The PPC Agency You've Been Searching For.
<https://growmyads.com/google-search/keyword-match-types/>

The future of Google Ads match types: what marketers need to know | Marin Blog. (2024).
Marinsoftware.com.
<https://www.marinsoftware.com/blog/the-future-of-google-ads-match-types-what-marketers-need-to-know>

