

Published based on [Riset Pasar Dengan Google Insights - Bag.1](#)

# **Riset Pasar Dengan Google Insights - Bag.1**

Google Insights adalah perangkat riset pasar online dengan fungsi yang hebat dari Google. Gratis pula. Berbasis teknologi Google Trends, dan memiliki sejumlah fungsi yang sama dengan Google Analytics untuk menghasilkan pengukuran yang akurat. Penjelasan ini rasanya masih kurang menjelaskan kemampuan tool ini. Hanya setelah anda mencoba sendiri, bisa anda rasakan betapa hebatnya perangkat ini untuk dijadikan sebagai bagian strategi **Riset Pasar** (*Market/Niche Research*).

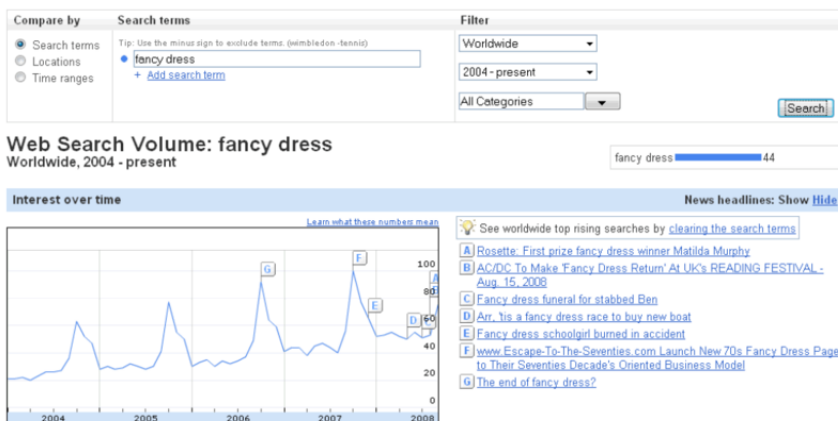
Bagian pertama Riset Pasar Dengan Google Insights ini akan mengulas secara menyeluruh tentang Google Insights ini dan bagaimana menggunakan fungsi-fungsi dasarnya. Bagian-bagian selanjutnya akan mengulas secara lebih mendalam tentang penggunaan perangkat analisa ini dan bagaimana tool ini dapat membantu Riset Pasar anda secara signifikan.

Lanjut ke halaman ini <http://www.google.com/insights/search> anda akan melihat tampilan berikut.

The screenshot shows the Google Insights for Search interface. At the top, it says "Google See what the world is searching for." Below that, there are sections for "Compare by" (Search terms, Locations, Time ranges), "Search terms" (with a search box containing "All search terms" and a "+ Add search term" link), and "Filter" (Worldwide, 2004 - present, All Categories). A "Search" button is visible. Below the search box, there are sections for "Categories", "Seasonality", and "Geographic distribution", each with a brief description and examples. A "More examples" section lists various search terms like "Where are the biggest soccer fans", "new years, easter, halloween", "love, sex", "academy awards, grammy awards", "chemistry, physics", "bounty killer, beanie man", "fu", "pod-casting", "cherry blossoms, morel mushrooms", "benedict xv, john paul ii", "boston marathon, new york marathon, london marathon", "ohio state, tennessee", "second life", "my chemical romance, linkin park", and "joost".

Penggunaannya cukup mudah, cukup masukkan keywords yang mewakili produk yang ingin anda riset ke kotak **Search Terms**. Kehebatan perangkat ini adalah bahwa anda bisa menyaring hasil berdasarkan **location**, **timeframe** dan **category**. Sebelum sampai sana, kita mulai dengan teknik pencarian dasar.

Tampilan berikut menunjukkan hasil untuk kata kunci/keywords "fancy dress".

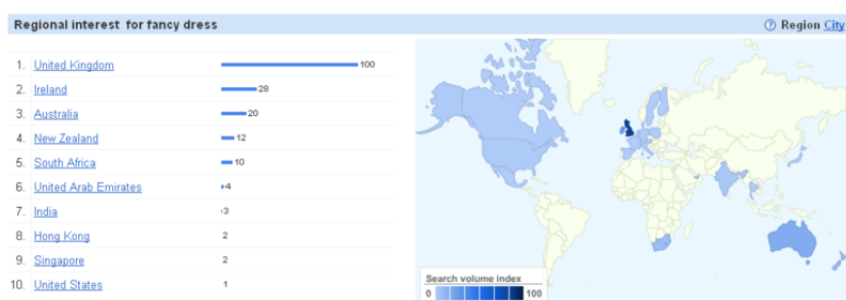


Hasil yang didapat ditempatkan pada berbagai seksi yang berbeda dan dapat kita lihat bahwa volume pencarian untuk "Fancy Dress" secara keseluruhan menunjukkan trend menaik dengan puncak-puncak

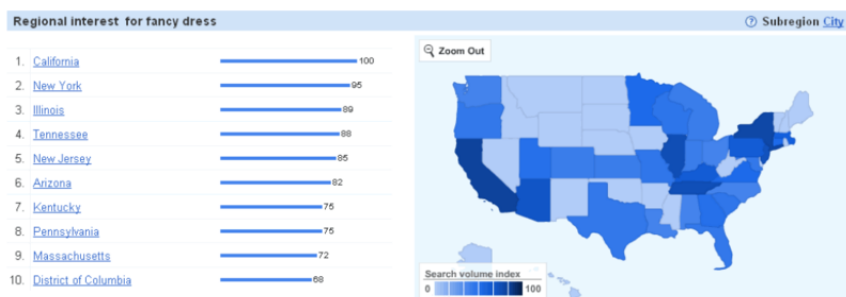
tajam sekitar bulan September/Oktober (Halloween?). Google juga dengan manisnya menautkan **News Headlines** ke dalam grafik yang mungkin bisa memberi anda ide tambahan tentang produk yang bisa dikembangkan atau juga potensi persaingan. Anda bisa menyembunyikan tampilan news headlines dengan meng-klik show/hide.

Google Trends tidak menunjukkan volume pencarian aktual karena Google menormalisasi data dengan membuat skala 0-100, kalau anda login ke account Google anda dan mengarahkan kursor ke grafik data, maka nilai data (0-100) ini akan ditampilkan.

Seksi berikutnya menunjukkan **Regional Interest**, yang memberikan detail tentang bagian dunia mana yang melakukan pencarian tentang Fancy Dress. Bagi anda yang terbiasa menggunakan Google Analytics anda akan lihat bahwa fitur **Map Overlay** juga ada di sini. Kalau anda mengarahkan kursor ke peta negara maka akan ditampilkan volume pencarian untuk negara tersebut. Saya menyukai fitur ini karena secara sekilas saja sudah bisa terlihat lokasi mana yang berpotensi, cukup dengan melihat arsiran biru yang lebih pekat.



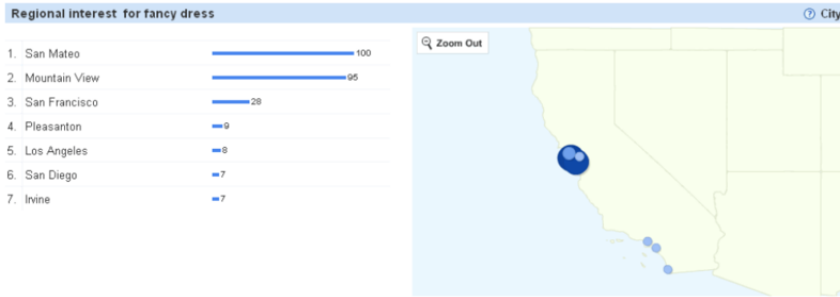
Fitur Map Overlay ini lebih keren lagi karena dengan meng-klik negara tertentu maka akan tampil data yang lebih mendetail tentang gambaran pencarian keywords di negara tersebut. Misal kalau saya klik United States, hasilnya akan muncul informasi regional tentang pencarian dengan keyword Fancy Dress di negara-negara bagian US.



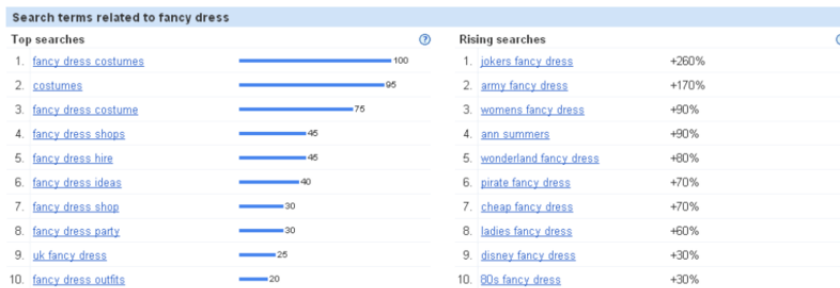
Ini bisa menjadi informasi penting untuk mengarahkan target pasar anda pada tahap berikutnya. Anda juga bisa meng-klik pada negara bagian, dan data akan lebih spesifik berdasarkan kota.

Google Trends juga bisa digunakan untuk pencarian data sampai level kota, namun Google Trends seringkali memberikan hasil "*there isn't enough volume data to show graphs*". Kalau anda mendapat pesan ini dari Google Trends, masukkan saja keywords yang sama di Google Insights dan lihat apa yang gagal diberikan oleh Google Trends berhasil muncul di Google Insights. Hehe... aneh tapi nyata.

Berikut adalah tampilan hasil untuk California atas pencarian kata kunci Fancy Dress. Hotspot menunjukkan referensi visual yang jelas, bukan saja arsiran biru lebih gelap tapi juga lebih luas.



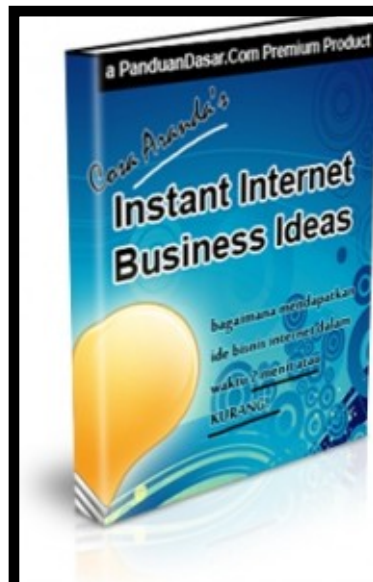
Seksi lainnya menunjukkan hal yang paling menarik bagi kita dalam fase *riset pasar*. Yaitu bagian yang berjudul **Top Searches**, yaitu keywords yang berkaitan dengan keyword yang kita gunakan (Fancy Dress) dan juga bagian yang berjudul **Rising Searches**.



Apa yang kita lihat ini bukan hanya data yang akurat (pada top searches), tapi juga apa yang sedang "hot" (rising searches). Data ini adalah fitur yang paling penting dan bermanfaat dari Google Insights.

Apa makna dari Top Searches dan Rising Searches ini? Akan saya tunjukkan dalam artikel selanjutnya. Pada artikel berikutnya juga akan saya tunjukkan mengapa data-data ini akurat tapi juga basi, dan bagaimana cara mendapat data yang lebih up-to-date dari Google Insights ini.

Stay tune.



You can also find this article published on [Riset Pasar Dengan Google Insights - Bag.1](#), and on the tag pages [Computer](#), [Google](#), [Insights](#), [Internet](#), [Marketing](#), [Statistics](#), [Trend](#).