

Measurement & Landing Page Readiness Checklist

Checklist praktis untuk menemukan fondasi yang perlu diperbaiki sebelum menambah budget, channel, atau variasi campaign.

Gunakan checklist ini untuk:

- memeriksa apakah pesan halaman sudah jelas;
- menghubungkan CTA, form, funnel, dan tracking;
- menentukan prioritas perbaikan berikutnya.

Cara memakai: centang yang sudah terpenuhi, tulis temuan di kolom catatan, lalu pilih maksimal tiga prioritas untuk diuji lebih dulu.

Nama / bisnis: _____

Tanggal review: _____ Halaman / campaign: _____

1. Kejelasan pesan

Pengunjung perlu memahami siapa yang dibantu, masalah yang ditangani, dan langkah berikutnya tanpa menebak-nebak.

Headline dan konteks

- Headline menyebutkan masalah atau kebutuhan yang relevan.
- Subheadline menjelaskan pendekatan atau manfaat secara konkret.
- Pesan landing page sesuai dengan iklan, email, atau sumber traffic.
- Pengunjung dapat menyebutkan langkah berikutnya setelah membaca bagian awal.

Struktur informasi

- Section memiliki tujuan yang jelas.
- Heading dapat dipindai tanpa membaca seluruh paragraf.
- Fitur dibedakan dari manfaat dan hasil yang diharapkan.
- Paragraf cukup pendek untuk dibaca di mobile.

Catatan / temuan

2. Trust, CTA, dan form

Alasan untuk percaya

- Proses kerja dijelaskan dengan bahasa yang mudah dipahami.
- Bukti yang digunakan relevan dan dapat dipertanggungjawabkan.
- Tidak ada testimonial, angka, atau klaim hasil yang tidak memiliki sumber.
- Pengunjung tahu apa yang terjadi setelah menghubungi bisnis.

CTA utama

- Ada satu tindakan utama yang paling penting.
- Label CTA menggambarkan tindakan yang sebenarnya.
- CTA terlihat pada titik yang relevan, bukan hanya di bagian paling bawah.
- Link sekunder tidak bersaing dengan tujuan utama.

Form dan handoff

- Field yang diminta memang dibutuhkan untuk memulai percakapan.
- Label, field wajib, error state, dan focus state terbaca.
- Form nyaman digunakan di mobile.
- Success state memberi kepastian bahwa tindakan berhasil.
- Ada proses yang jelas setelah form dikirim.

Catatan / temuan

3. Funnel, measurement, dan tracking

Funnel

- Sumber traffic memiliki tujuan dan ekspektasi yang jelas.
- Landing page melanjutkan pesan dari sumber traffic.
- CTA, form, dan langkah setelah submit membentuk alur yang utuh.
- Kualitas lead diperiksa, bukan hanya jumlah submission.

Measurement

- Tujuan utama ditulis sebelum memilih metrik.
- Definisi conversion dapat diuji dan dipahami oleh tim.
- Ada baseline, periode pembandingan, dan catatan konteks.
- Sinyal utama dibedakan dari sinyal pendukung.

Tracking

- Event utama sudah diuji dalam kondisi nyata.
- Parameter sumber, halaman, dan CTA memiliki nama yang jelas.
- Duplikasi, spam, dan traffic yang tidak relevan dipertimbangkan.
- Tracking diperiksa ulang setelah perubahan halaman atau campaign.

Catatan / temuan

4. Mobile, performance, dan prioritas

Mobile dan performance

- Headline, tombol, form, dan teks nyaman digunakan di mobile.
- Tidak ada elemen yang melebar keluar viewport.
- Gambar memiliki ukuran yang masuk akal dan alt text.
- Layout tidak bergeser secara mengganggu saat halaman dimuat.
- Script, plugin, atau animasi tambahan memiliki alasan yang jelas.

QA sebelum perubahan berikutnya

- Mode terang dan gelap diperiksa jika keduanya tersedia.
- Link, CTA, form, validasi, dan focus state diuji.
- Canonical, metadata, dan indexability diperiksa.
- Perubahan terakhir dicatat sebelum hasil dibandingkan.

Tiga prioritas berikutnya

1.	
2.	
3.	

Prinsip akhir: perbaiki fondasi yang paling dekat dengan keputusan bisnis sebelum menambah channel atau variasi. Satu eksperimen yang dapat diverifikasi lebih berguna daripada banyak perubahan tanpa baseline.

Gas Aja · Performance marketing dan WordPress yang bekerja lebih baik bersama.