MODUL 05 · FASE 2 · KONTEN & KANAL

SEO & AI Search: Dari Keyword sampai AI Overviews

Bangun kanal akuisisi yang terus menghasilkan tanpa bayar per klik: riset keyword berbasis intent, on-page, technical SEO, local SEO, dan optimasi untuk mesin jawab AI.

5 jam | 6 pelajaran | Level: Menengah | Full-Stack Digital Marketing & AI

RINGKASAN MODUL

Setelah modul ini kamu bisa

- ✓ Melakukan riset keyword berbasis search intent dan menyusun topical map
- ✓ Mengoptimasi halaman: title, meta description, heading, internal link, schema
- ✓ Melakukan audit technical SEO dasar dengan Google Search Console dan PageSpeed Insights
- ✓ Mengoptimasi Google Business Profile untuk local SEO
- ✓ Menyiapkan konten agar dikutip AI Overviews dan mesin jawab AI (AEO/GEO)

TOOLS YANG DIPAKAI

Google Search Console · Google Keyword Planner · Google Trends · PageSpeed Insights · Google Business Profile · ChatGPT / Claude · Ahrefs/Semrush (opsional)

HASIL AKHIR (DELIVERABLE)

Topical map 30 keyword + 1 artikel SEO teroptimasi + audit SEO dasar website

AGENDA

Isi modul 05

- **05.1** Cara kerja SEO dan perubahan di era AI
- **05.2** Riset keyword berbasis search intent
- **05.3** On-page SEO & brief konten
- **05.4** Technical SEO dasar
- **05.5** Local SEO & Google Business Profile
- **05.6** Optimasi untuk AI Overviews & mesin jawab (AEO/GEO)
- Checklist & post-test

MODUL 05

Pengantar

SEO adalah kanal yang membuat Rendy dikenal: kanal organik yang ia bangun menghasilkan **Rp400 juta+**, **1,03 juta klik** dan **31,2 juta impresi** dalam satu tahun, serta menjual lebih dari **1.200 unit motor**. Prinsip yang dipakai sederhana: pahami apa yang dicari orang, buat halaman terbaik untuk pertanyaan itu, dan pastikan halaman tersebut mengarah ke konversi.

05.1

PELAJARAN 1 DARI 6

Cara kerja SEO dan perubahan di era AI

PELAJARAN 05.1

Cara kerja SEO dan perubahan di era AI

Mesin pencari melakukan tiga hal: **crawl** (menjelajahi halaman), **index** (menyimpan dan memahami isinya), dan **rank** (mengurutkan jawaban terbaik untuk setiap pencarian). Tugas SEO adalah membantu ketiganya.

Tiga pilar SEO

1. **Technical SEO** — apakah halaman bisa ditemukan, dirayapi, dan dimuat dengan cepat?
2. **On-page & konten** — apakah halaman menjawab kebutuhan pencari lebih baik dari yang lain?
3. **Off-page & otoritas** — apakah situs lain, ulasan, dan penyebutan brand menunjukkan bahwa kamu dapat dipercaya?

Apa yang berubah dengan AI?

Google kini menampilkan **AI Overviews** dan **AI Mode** di atas hasil biasa, dan banyak orang bertanya langsung ke ChatGPT, Perplexity, atau Gemini. Dampaknya:

PELAJARAN 05.1

Cara kerja SEO dan perubahan di era AI lanjutan

- Pencarian informasional sederhana ("berapa suhu air untuk seduh kopi") makin sering dijawab langsung tanpa klik.
- Pencarian komersial, lokal, dan yang butuh kepercayaan tetap menghasilkan klik — dan pengunjungnya cenderung lebih siap membeli.
- **Menjadi sumber yang dikutip AI** menjadi tujuan baru. Ini sering disebut **AEO (Answer Engine Optimization)** atau **GEO (Generative Engine Optimization)**.

> ⓘ CATATAN
>
> Fondasinya tidak berubah: konten yang benar-benar membantu, ditulis oleh pihak yang kredibel, di website yang teknisnya sehat. Google menyebut prinsip ini **E-E-A-T**: Experience, Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness.

05.2

PELAJARAN 2 DARI 6

Riset keyword berbasis search intent

PELAJARAN 05.2

Riset keyword berbasis search intent

Empat jenis search intent

INTENT	CIRI	CONTOH	KONTEN YANG COCOK
Informasional	Ingin tahu	"cara membuat kopi susu"	Artikel tutorial, video
Navigasional	Mencari brand/situs	"kopi senja semarang"	Homepage, profil bisnis
Komersial	Membandingkan	"kopi arabika terbaik untuk pemula"	Perbandingan, review, panduan memilih
Transaksional	Siap membeli	"beli biji kopi arabika 200 gram"	Halaman produk, kategori, landing page

Aturan emas: lihat 10 hasil teratas Google untuk keyword itu. Jenis halaman yang mendominasi adalah jenis konten yang Google anggap paling cocok. Jangan melawannya.

PELAJARAN 05.2

Riset keyword berbasis search intent lanjutan

Proses riset keyword

1. **Seed keyword** — 5–10 kata dasar dari produk dan VoC: "kopi susu", "biji kopi", "kopi arabika".
2. **Perluas** — Google autocomplete, "Orang lain juga bertanya", "Penelusuran terkait", Google Keyword Planner, Google Trends, dan (jika ada) Ahrefs/Semrush.
3. **Kumpulkan di Sheets** — kolom: keyword, volume (perkiraan), intent, tingkat kesulitan (perkiraan), relevansi bisnis (1–3), halaman tujuan.
4. **Kelompokkan (clustering)** — keyword yang hasil pencariannya mirip dijawab oleh satu halaman.
5. **Prioritaskan** — relevansi bisnis tinggi + kesulitan rendah + intent dekat konversi.

TIPS PRAKTIS

Untuk bisnis baru atau situs kecil, mulai dari **long-tail keyword** (3+ kata, lebih spesifik). Volumenya kecil, tapi persaingannya rendah dan intent-nya jelas. "kopi untuk kopi susu yang tidak asam" lebih mudah dimenangkan daripada "kopi".

Riset keyword berbasis search intent lanjutan

Topical map

Topical map mengatur keyword menjadi **pillar page** (topik besar) dan **cluster page** (subtopik) yang saling ditautkan.

TOPICAL MAP KOPI SENJA (SEBAGIAN)

Pillar: Panduan Lengkap Kopi Susu di Rumah

- Cluster: Resep es kopi susu gula aren
- Cluster: Takaran kopi susu yang pas
- Cluster: Kopi apa yang cocok untuk kopi susu?
- Cluster: Seduh kopi susu tanpa mesin espresso

Pillar: Panduan Memilih Biji Kopi untuk Pemula

PELAJARAN 05.2

Riset keyword berbasis search intent lanjutan

TOPICAL MAP KOPI SENJA (SEBAGIAN)

- Cluster: Arabika vs robusta: bedanya apa?
- Cluster: Light, medium, dark roast
- Cluster: Cara menyimpan biji kopi agar tidak basi
- Cluster: Kopi yang tidak asam untuk lambung sensitif *(hati-hati: jangan membuat klaim kesehatan)*

Setiap cluster menaut ke pillar, pillar menaut ke semua cluster, dan semua menaut ke halaman produk yang relevan.

PROMPT AI

Riset keyword & topical map

```
Kamu adalah SEO strategist untuk pasar Indonesia.

Bisnis: [DESKRIPSI + PRODUK + LOKASI]
Persona & bahasa pelanggan: [RINGKAS VOC]
Seed keyword: [5–10 KATA KUNCI]
```

PELAJARAN 05.2

Riset keyword berbasis search intent lanjutan

PROMPT AI

Riset keyword & topical map

```
1. Kembangkan menjadi 60 keyword dalam bahasa Indonesia yang realistis dicari orang (termasuk variasi informal dan long-tail). Jangan mengarang angka volume — beri kolom volume kosong untuk saya isi dari Keyword Planner.
2. Klasifikasikan intent masing-masing (informasional/navigasional/komersial/transaksional).
3. Kelompokkan menjadi 3–5 pillar dengan cluster di bawahnya.
4. Untuk setiap cluster, sarankan jenis halaman (artikel, kategori, produk, landing page) dan judul halaman.
5. Tandai 10 keyword prioritas untuk 60 hari pertama: relevansi bisnis tinggi, kemungkinan persaingan rendah, dekat dengan konversi.
Output dalam tabel yang bisa saya salin ke Google Sheets.
```

05.3

PELAJARAN 3 DARI 6

On-page SEO & brief konten

PELAJARAN 05.3

On-page SEO & brief konten

Elemen on-page yang wajib benar

ELEMEN	PRAKTIK TERBAIK
Title tag	±50–60 karakter, keyword utama di awal, ada alasan untuk klik
Meta description	±140–160 karakter, rangkum manfaat, ajak klik. Tidak langsung memengaruhi ranking, tapi memengaruhi CTR
URL	Pendek, deskriptif, huruf kecil, pakai tanda hubung: `/kopi-susu-rumahan`
H1	Satu per halaman, memuat topik utama
H2/H3	Struktur logis, menjawab sub-pertanyaan
Paragraf pembuka	Jawab pertanyaan utama di 2–3 kalimat pertama
Gambar	Ukuran dikompres (WebP), nama file deskriptif, alt text yang menjelaskan isi
Internal link	3–5 tautan ke halaman relevan dengan anchor text deskriptif

PELAJARAN 05.3

On-page SEO & brief konten lanjutan

ELEMEN	PRAKTIK TERBAIK
Schema markup	Article, Product, FAQ, LocalBusiness, BreadcrumbList sesuai jenis halaman
CTA	Setiap artikel mengarah ke langkah berikutnya: produk, chat, atau artikel lanjutan

Brief konten SEO

Sebelum menulis (sendiri atau dengan AI), buat brief:

1. Keyword utama + 5–10 keyword pendukung
2. Search intent dan jenis konten
3. Analisis 5 hasil teratas: apa yang mereka bahas, apa yang kurang
4. Sudut unik kita: pengalaman, data, atau contoh yang tidak dimiliki kompetitor
5. Outline H2/H3
6. Pertanyaan yang harus dijawab (dari "Orang lain juga bertanya")
7. Internal link & CTA

PELAJARAN 05.3

On-page SEO & brief konten lanjutan

PROMPT AI

Brief & draf artikel SEO yang tidak generik

```
Kamu adalah penulis SEO berpengalaman yang menulis untuk manusia dulu, mesin pencari kedua.

Keyword utama: [KEYWORD]
Keyword pendukung: [DAFTAR]
Intent: [INTENT]
Ringkasan 5 hasil teratas Google (saya cek manual): [APA YANG MEREKA BAHAS & KURANG]
Sudut unik & pengalaman nyata kami: [DATA, CERITA, PROSES, ANGKA ASLI]
Brand brain: [TONE + FAKTA RESMI]
Halaman untuk internal link: [DAFTAR URL + TOPIK]

Langkah 1: buat brief — title tag (≤60 karakter), meta description (≤155 karakter), slug URL, H1, outline H2/H3, daftar pertanyaan FAQ, posisi internal link, dan CTA.
Langkah 2: tulis draf ±1.200 kata. Paragraf pertama langsung menjawab pertanyaan utama dalam 2–3 kalimat. Masukkan pengalaman nyata kami di minimal 3 tempat. Tambahkan bagian FAQ berisi 4 pertanyaan dengan jawaban ringkas (40–60 kata).
Jangan mengarang statistik. Jika butuh data, tulis [DATA: ...] untuk saya isi.
```

05.4

PELAJARAN 4 DARI 6

Technical SEO dasar

PELAJARAN 05.4

Technical SEO dasar

Kamu tidak perlu jadi developer, tapi harus bisa mendeteksi masalah teknis dan menjelaskannya ke developer.

Setup wajib: Google Search Console

1. Tambahkan properti (domain atau URL prefix) dan verifikasi.
2. Kirim **sitemap.xml**.
3. Cek laporan **Halaman** (pengindeksan): halaman mana yang tidak terindeks dan kenapa.
4. Cek laporan **Performa**: query, klik, impresi, CTR, posisi.
5. Gunakan **URL Inspection** untuk halaman baru agar segera dirayapi.

PELAJARAN 05.4

Technical SEO dasar lanjutan

Checklist audit technical

CEK	ALAT	YANG DICARI
Pengindeksan	Search Console → Halaman	Halaman penting yang "Dirayapi – belum diindeks" atau "Dikecualikan"
Kecepatan & Core Web Vitals	PageSpeed Insights, laporan CWV di Search Console	LCP ≤ 2,5 dtk, INP ≤ 200 md, CLS ≤ 0,1
Mobile	Uji di HP asli + PageSpeed	Teks terbaca, tombol mudah ditekan, tidak ada scroll horizontal
HTTPS	Browser	Semua halaman memakai https
robots.txt & noindex	`domain.com/robots.txt`, URL Inspection	Halaman penting tidak terblokir
Duplikat	Search Console, canonical tag	Satu versi URL untuk satu konten
Broken link	Screaming Frog (gratis hingga 500 URL)	Error 404, redirect berantai
Structured data	Rich Results Test	Schema valid tanpa error

PELAJARAN 05.4

Technical SEO dasar lanjutan

⚠ HATI-HATI

Penyebab paling umum website lambat di Indonesia: gambar berukuran besar yang tidak dikompres, terlalu banyak plugin/script pihak ketiga (chat widget, pixel, slider), dan hosting murah. Mulai perbaikan dari gambar — biasanya dampaknya paling besar.

05.5

PELAJARAN 5 DARI 6

Local SEO & Google Business Profile

PELAJARAN 05.5

Local SEO & Google Business Profile

Untuk bisnis dengan lokasi fisik atau area layanan (kafe, klinik, dealer, bengkel, jasa), **Google Business Profile (GBP)** sering menjadi sumber pelanggan terbesar dan termurah. Pencarian seperti "kopi dekat saya" atau "dealer motor semarang" menampilkan peta (local pack) di atas hasil biasa.

Faktor utama ranking lokal

1. **Relevansi** — kategori, deskripsi, dan layanan sesuai pencarian.
2. **Jarak** — kedekatan dengan pencari.
3. **Prominence (keunggulan)** — jumlah & kualitas review, penyebutan di web, aktivitas profil.

Local SEO & Google Business Profile lanjutan

Checklist optimasi GBP

- Kategori utama yang paling tepat + kategori tambahan yang relevan
- Nama, alamat, nomor telepon (NAP) **sama persis** di semua tempat online
- Jam operasional akurat, termasuk hari libur
- Minimal 10–20 foto asli: depan toko, interior, produk, tim
- Produk/layanan dengan harga
- Posting rutin (promo, acara, produk baru) — minimal 2× sebulan
- **Minta review secara sistematis**: QR code di kasir, pesan WhatsApp setelah pembelian
- **Balas semua review** — terutama yang negatif, dengan sopan dan solutif

PELAJARAN 05.5

Local SEO & Google Business Profile lanjutan

PROMPT AI

Balasan review Google yang profesional

```
Kamu adalah customer care [NAMA BISNIS] dengan tone [TONE BRAND].
Tulis balasan untuk review berikut:
[TEMPEL REVIEW + JUMLAH BINTANG]

Aturan:
- Maksimal 80 kata, sebut nama pelanggan jika ada
- Review positif: berterima kasih secara spesifik (sebut hal yang mereka puji), ajak kembali
- Review negatif: minta maaf tanpa defensif, akui masalah spesifiknya, jelaskan tindakan perbaikan, ajak lanjut via [KONTAK]
- Secara natural sebut layanan/produk dan lokasi (membantu local SEO), tanpa terdengar seperti iklan
- Jangan menjanjikan kompensasi yang belum disetujui
```

05.6

PELAJARAN 6 DARI 6

Optimasi untuk AI Overviews & mesin jawab (AEO/GEO)

PELAJARAN 05.6

Optimasi untuk AI Overviews & mesin jawab (AEO/GEO)

Agar kontenmu dikutip oleh AI Overviews, ChatGPT, Perplexity, atau Gemini, buat konten yang **mudah diekstrak dan layak dipercaya**.

Praktik yang terbukti membantu

1. **Jawaban langsung di awal.** Setiap H2 yang berupa pertanyaan langsung dijawab dalam 40–60 kata pertama.
2. **Struktur jelas.** Heading berupa pertanyaan, daftar bernomor untuk langkah, tabel untuk perbandingan.
3. **Data dan pengalaman asli.** Angka dari bisnismu sendiri, hasil uji, foto proses — hal yang tidak bisa disalin dari situs lain.
4. **Penulis yang jelas.** Nama penulis, profil singkat, dan alasan dia kredibel.
5. **Sebutan brand di tempat lain.** Review, media lokal, forum, marketplace, dan direktori — AI belajar dari banyak sumber, bukan hanya situsmu.
6. **Schema markup** yang benar (Organization, Product, FAQPage, Article).
7. **Konsistensi fakta.** Harga, alamat, dan klaim sama di semua tempat.

PELAJARAN 05.6

Optimasi untuk AI Overviews & mesin jawab (AEO/GEO) lanjutan

Cara memantau

- Ketik pertanyaan target di Google, ChatGPT, Perplexity, dan Gemini setiap bulan. Catat: apakah brand kamu disebut? Situs siapa yang dikutip?
- Di GA4, pantau trafik rujukan dari domain AI (misalnya chatgpt.com, perplexity.ai, gemini.google.com).
- Di Search Console, perhatikan halaman yang impresinya naik tetapi CTR turun — kemungkinan dijawab langsung oleh AI Overviews. Pertimbangkan menambah alasan untuk klik: kalkulator, template, data unik.

PELAJARAN 05.6

Optimasi untuk AI Overviews & mesin jawab (AEO/GEO) lanjutan

TUGAS MODUL 05

1. Verifikasi website di **Google Search Console** dan kirim sitemap. (Belum punya website? Buat landing page di Modul 08, lalu kembali ke tugas ini. Sementara itu, kerjakan GBP dan riset keyword.)
2. Susun **topical map** dengan minimal 30 keyword, dikelompokkan ke 3 pillar.
3. Tulis **1 artikel SEO** dengan brief lengkap. Publikasikan, lalu minta pengindeksan lewat URL Inspection.
4. Lakukan **audit technical dasar** dengan checklist di atas dan catat 5 masalah prioritas.
5. Jika punya lokasi fisik: lengkapi **Google Business Profile** dan siapkan alur permintaan review.
6. Uji 5 pertanyaan target di 3 mesin jawab AI dan catat siapa yang dikutip.

PENUTUP MODUL

Checklist modul

Centang di halaman modul yang sudah kamu kerjakan. Kalau semua tercentang, kamu siap lanjut.

- Website saya sudah terverifikasi di Google Search Console dan sitemap sudah dikirim
- Saya sudah menyusun topical map dengan minimal 30 keyword yang dikelompokkan per intent
- Saya sudah menulis dan mempublikasikan 1 artikel dengan brief SEO lengkap
- Saya sudah mengecek Core Web Vitals halaman utama
- Google Business Profile saya sudah lengkap (jika bisnis punya lokasi fisik)
- Saya sudah menambahkan bagian FAQ/jawaban ringkas yang mudah dikutip AI

PENILAIAN UTAMA MODUL

Saatnya post-test.

Post-test dikerjakan online di halaman modul. Soal dan pilihan diacak setiap percobaan, dan nilai terbaikmu dipakai untuk sertifikat.

10	≥ 80%	14
soal studi kasus & hitungan	nilai minimal lulus	post-test untuk sertifikat

rendybaskhara.com/belajar/modul/seo-ai-search/#posttest

LANGKAH BERIKUTNYA

Modul 05 selesai. Terus bergerak.

MODUL BERIKUTNYA

06. Social Media & Short-Video Marketing

rendybaskhara.com/belajar/modul/social-media-short-video/

MENTORING 1:1

Deliverable kamu di-review langsung oleh Rendy

rendybaskhara.com/belajar/#paket · r3ndy.2394@gmail.com