



“SEO ~~IS~~ NOT DEAD”

Strategi SEO di tengah gempuran
AI Generated Content



W. Sigit Raharjo
Abdurekhim
Ikhsan Nendi
M. Khoirul Umam
Puteri Kamilla
Askarno

Sanksi Pelanggaran Pasal 113
Undang-Undang No. 28 Tahun 2014
Tentang Hak Cipta

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

SEO IS NOT DEAD

Strategi SEO di Tengah Gempuran AI Generated Content

W. Sigit Raharjo

Abdurokhim

Ikhsan Nendi

M. Khoirul Umam

Puteri Kamilla

Askarno



SEO IS NOT DEAD
Strategi SEO di Tengah Gempuran AI Generated Content

Penulis:

W. Sigit Raharjo, Abdurokhim, Ikhsan Nendi, M. Khoirul
Umam, Puteri Kamilla, Askarno

ISBN:

978-634-7542-12-0

Perancang Sampul:

Nur Muhammad Syafii

Editor:

Chiska Nova Harsela
Bagaskara Nur Rochmansyah

Penata Letak:

Husnul Hafidhoh

Pracetak dan Produksi:

Tim Penerbit
Hak Cipta 2025, Pada Penulis
Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2025

by Penerbit Greenbook Publising Indonesia

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin
tertulis dari Penerbit.

Greenbook Publishing Indonesia

Jl. Sultan Ageng Tirtayasa No.12, Kedungjaya, Kec.
Kedawung, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45611

KATA PENGANTAR

Dalam beberapa tahun terakhir, setiap kali muncul teknologi baru – dari media sosial, iklan digital, hingga AI generatif – pertanyaan yang sama selalu berulang: *apakah SEO masih layak diperjuangkan?* Di tengah banjir konten instan dan jawaban otomatis mesin, banyak pelaku usaha, khususnya UMKM dan bisnis lokal, merasa ragu untuk berinvestasi pada situs web dan optimasi pencarian. Narasi “SEO sudah mati” mudah sekali menyebar, sementara contoh nyata SEO yang benar-benar menghasilkan pelanggan sering justru tersembunyi di balik layar WhatsApp.

Buku ini lahir dari pengalaman lapangan tersebut. Alih-alih hanya mengulang teori dari luar negeri, buku ini menggabungkan konsep *human-first SEO* dengan studi kasus konkret: jasa bongkaran dan puing, agrobisnis lele, hingga rantai pasok sayur yang semuanya beroperasi di pasar lokal Indonesia. Data chat WhatsApp, pola kata kunci, dan nilai transaksi dibedah untuk menunjukkan bahwa meskipun AI mampu merangkum informasi dalam hitungan detik, keputusan membeli tetap terjadi di ruang-ruang yang sangat manusiawi – percakapan, kepercayaan, dan konsistensi layanan.

Enam bab di dalamnya disusun sebagai satu perjalanan utuh. Bab 1 meluruskan mitos “SEO is dead” dan menempatkan SEO dalam konteks ekosistem pemasaran digital yang berubah. Bab 2 menjelaskan pergeseran aturan main: dari trik

kata kunci menuju *semantic search*, *user intent*, dan E-E-A-T. Bab 3 membawa pembaca turun ke lapangan melalui studi kasus bisnis lokal berbasis SEO yang nyata menghasilkan *lead* B2B bernilai besar. Bab 4 menyusun *playbook* praktis: bagaimana menulis, mengoptimasi, dan mendistribusikan konten dengan pendekatan *human-first*. Bab 5 menggeser fokus dari sekadar mengejar trafik menjadi membangun aset digital jangka panjang melalui strategi seperti *website farming*, *rank & rent*, dan *website flipping*. Bab 6 menutup dengan refleksi, ringkasan poin kunci, serta ajakan realistis untuk memulai dari langkah kecil yang konsisten.

Harapannya, buku ini menjadi jembatan antara teori SEO modern, realitas bisnis lokal, dan praktik sehari-hari yang bisa langsung dicoba. Jika setelah membaca, pembaca tidak lagi melihat situs web hanya sebagai "brosur online", melainkan sebagai aset yang bisa melahirkan pelanggan berulang; jika chat WhatsApp yang masuk mulai dipandang sebagai bukti keberhasilan sebuah strategi, bukan sekadar kebetulan; maka tujuan utama penulisan buku ini dapat dikatakan tercapai.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	V
DAFTAR ISI.....	VII
BAB 1 OBITUARI YANG PREMATUR: Kenapa SEO Masih Hidup.....	1
A. Latar Belakang: Mitos “SEO is Dead” di Era AI.....	5
1. Ledakan AI dan Gelombang Kepanikan	5
2. Deja Vu: Ketakutan yang Selalu Berulang	7
3. Posisi SEO dalam Ekosistem Pemasaran Digital.....	9
B. Sejarah “Kematian” SEO: Dari Panda sampai Generative AI	11
1. Era Kiamat Spam: Panda & Penguin	11
2. Era Ads Invasion: “Matinya” Jangkauan Organik....	13
3. Era Mobilegeddon & Voice Search.....	14
4. Era AI Generatif & SGE: Tantangan Zero-Click	16
C. Informasi Komoditas: Makanan Empuk AI.....	18
1. Informasi Pengalaman: Ruang di Mana Manusia Menang.....	19
2. Implikasi bagi Pelaku Usaha Lokal	21
3. Ilustrasi: Content Farm vs Expert Brand	22
D. Tujuan, Manfaat, dan Sasaran Pembaca.....	24
a. Tujuan Penulisan	24

b. Manfaat Teoretis	25
c. Manfaat Praktis.....	25
d. Sasaran Pembaca	26
E. Sistematika Penulisan Buku.....	27
1. Gambaran Umum Isi Bab	27
2. Alur Logika: Dari Mindset ke Aset	29
BAB 2 THE SHIFT: DARI TRIK SEO KE STRATEGI	
HUMAN-FIRST.....	
A. Perubahan Algoritma dan Arah Baru SEO	33
1. Dari Pencocokan Kata ke Pemahaman Makna.....	33
2. Dari Halaman Terbaik ke Pengalaman Terbaik	35
3. Ringkasan Arah Baru SEO.....	37
B. Semantic Search & User Intent	38
1. Pengertian Semantic Search	38
2. Tipe-Tipe User Intent	40
C. Kesalahan Umum dalam Memahami Intent.....	42
D. Topic Cluster dan Arsitektur Konten Modern	43
1. Dari Artikel Terserak ke Struktur yang Terarah	43
2. Contoh Topic Cluster untuk Bisnis Lokal	45
3. Manfaat Topic Cluster bagi SEO.....	47
E. E-E-A-T: Experience, Expertise, Authoritativeness, Trust.....	48
1. E-E-A-T sebagai Kerangka Kepercayaan.....	48
2. Pelajaran dari "Medic Update"	50

3. Menerapkan E-E-A-T pada Bisnis Non-YMYL.....	52
F. Implikasi Perubahan SEO bagi UMKM dan Bisnis Lokal	54
1. Risiko Jika Tetap Menggunakan Pola Lama	54
2. Peluang Bagi Pelaku Usaha Lokal.....	55
3. Prinsip-Prinsip Praktis untuk Melangkah.....	57
BAB 3 THE REAL GAME: STUDI KASUS BISNIS LOKAL BERBASIS SEO	60
A. Karakteristik Pasar Lokal & Keyword Transaksional	62
1. Perilaku Pencarian di Pasar Lokal.....	63
2. Ciri Khas <i>Keyword</i> Transaksional Lokal.....	63
3. Tantangan dan Peluang bagi UMKM	65
4. Studi Kasus: Agrobisnis Lele.....	66
B. Struktur Rantai Pasok dan Tipe Pelanggan.....	80
1. Posisi SEO dalam Membangun Kepercayaan B2B....	82
2. Hasil yang Terukur dan Batasannya.....	83
3. Bedah Chat WhatsApp: Lead Sayur Segar Cirebon..	85
C. Sintesis Temuan Studi Kasus: Pola dan Faktor Kunci Keberhasilan	88
1. Pola Umum dari Tiga Studi Kasus	88
2. Perbedaan Konteks dan Penyesuaian Strategi	92
3. Implikasi Praktis bagi Pembaca	93
BAB 4 HUMAN-FIRST SEO PLAYBOOK: DARI KONTEN HINGGA DISTRIBUSI	96
A. Anatomi Artikel Pemenang di Era AI.....	98

1. Prinsip <i>Human-First</i> di Era AI	98
2. Struktur Makro Artikel: Dari Judul hingga Call to Action	99
3. Contoh Penerapan pada UMKM Lokal	101
B. SEO On-Page Tanpa Ribet (Judul, Heading, Struktur, <i>Internal Link</i>).....	102
1. Judul, URL, dan Heading yang Selaras	103
2. Struktur Paragraf, Tautan Internal, dan Media Pendukung.....	104
3. Kesalahan Umum dalam Praktik SEO On-Page.....	105
C. Peran AI sebagai Asisten Penulisan, Bukan Pengganti..	106
1. Batasan dan Potensi AI dalam Penulisan Konten ...	106
2. Pola Kolaborasi Penulis-AI: Dari Riset hingga Draf Awal.....	108
3. Etika, Originalitas, dan Sentuhan Manusia.....	109
D. Optimasi Google Business Profile untuk Bisnis Lokal ...	110
1. Peran Google Business Profile dalam SEO Lokal....	110
2. Elemen Profil yang Perlu Dioptimalkan.....	111
3. Integrasi dengan Situs Web dan WhatsApp	113
E. Distribusi & Amplifikasi Konten.....	114
1. Strategi WhatsApp & <i>Dark Social</i>	115
2. <i>Repurposing</i> ke Media Sosial	117
3. <i>Local Backlink</i> & Media Lokal.....	118

F. Checklist Praktis: Dari Riset <i>Keyword</i> sampai Konten Tayang	119
BAB 5 THE ENDGAME: DARI TRAFIK KE ASET DIGITAL	
A. Mindset Aset Digital: Kost-kostan vs Ruko Fisik.....	126
1. Menggeser Cara Pandang: Dari Trafik ke Aset	126
2. Kost-Kostan Digital: Bermain di Lahan Orang.....	128
3. Ruko Fisik sebagai Analogi Aset Digital	129
B. Strategi Ternak Website (<i>Website Farming</i>)	130
1. Konsep Dasar <i>Website Farming</i>	130
2. Memilih Niche dan Wilayah: Dari Data ke Intuisi..	131
3. Tahapan Membangun "Kebun" Website	133
C. Model Monetisasi: <i>Rank & Rent</i> dan <i>Website Flipping</i>	134
1. Konsep <i>Rank & Rent</i> : Menyewakan Posisi di Google.....	134
2. Konsep <i>Website Flipping</i> : Membangun Lalu Menjual.....	136
3. Ilustrasi Sederhana: Dari Prospek ke Nilai Aset	138
D. Integrasi dengan Bisnis Nyata & Brand Lokal	139
1. Website sebagai Mesin Lead untuk Bisnis Nyata ...	139
2. Sinkronisasi dengan Brand Lokal dan Kanal Lain..	141
3. Sistem, Delegasi, dan Automasi Ringan.....	142
E. Implikasi Praktis, Keterbatasan, dan Agenda Pengembangan Lanjutan	143

1. Implikasi Praktis bagi Pelaku Usaha dan Praktisi ..	143
2. Keterbatasan dan Risiko yang Perlu Disadari	145
3. Agenda Pengembangan Lanjutan	146
BAB 6 PENUTUP	150
DAFTAR PUSTAKA.....	160
GLOSARIUM.....	166

SEO IS NOT DEAD

Strategi SEO di Tengah Gempuran AI Generated Content

Buku ini membahas relevansi dan evolusi Search Engine Optimization (SEO) di era AI generatif, di mana banyak pihak mempertanyakan apakah SEO masih efektif di tengah kemunculan teknologi baru seperti ChatGPT, Gemini, dan Search Generative Experience (SGE). Dalam buku ini, penulis mengupas narasi "SEO is dead" dan membahas bagaimana SEO tetap relevan dan berkembang untuk bisnis lokal di Indonesia.

Buku ini disusun dalam enam bab yang membahas perjalanan SEO, dari mitos "SEO is dead" hingga implementasi SEO modern dengan pendekatan human-first. Dimulai dengan pembahasan mengenai mitos tersebut dan mengapa SEO tetap penting, buku ini memperkenalkan konsep SEO modern yang berfokus pada kualitas konten, pengalaman pengguna, dan pemahaman niat pengguna melalui semantic search.

Studi kasus dari berbagai jenis usaha lokal di Indonesia seperti jasa bongkaran rumah, agrobisnis lele, dan rantai pasok sayur menunjukkan bagaimana SEO membantu mendatangkan pelanggan B2B yang berharga. Selain itu, buku ini juga memberikan panduan praktis tentang cara mengoptimasi situs web menggunakan teknik SEO terbaru, termasuk penulisan konten yang relevan, optimasi Google Business Profile, dan distribusi konten yang efektif.

Di bab terakhir, buku ini mengajak pembaca untuk berfokus pada membangun aset digital jangka panjang dengan SEO yang berkelanjutan, bukan hanya mengejar trafik sementara. Buku ini ditujukan untuk pelaku UMKM, praktisi digital marketing, serta siapa saja yang ingin memahami SEO di tengah perubahan teknologi dan perilaku pengguna.

Dengan pendekatan yang realistis dan mudah dipahami, buku ini bertujuan untuk mengajak pembaca melihat situs web mereka sebagai aset yang bisa menghasilkan pelanggan berulang melalui pendekatan SEO yang berfokus pada manusia, bukan sekadar mesin pencari.

Penerbit
Greenbook Publishing Indonesia
Jl. Sultan Ageng Tirtayasa No.12, Kedungjaya,
Kec. Kedawung, Kabupaten Cirebon,
Jawa Barat 45611
www.greenbook.id

Akun Instagram:  [Greenbook.id](https://www.instagram.com/Greenbook.id) Akun TikTok:  [sahabatgreenbook.id](https://www.tiktok.com/@sahabatgreenbook.id)

