

Checklist Audit Pengenalan Brand agar Mudah Dipahami AI dan Google

Gunakan checklist ini untuk memeriksa identitas, positioning, konten, profil resmi, dan konsistensi informasi brand. Centang elemen yang sudah sesuai, lalu catat perbedaan yang perlu diperbaiki.

URUTAN PEMERIKSAAN

Identitas > Konten > Sumber eksternal > Konsistensi > Perbaikan

01**IDENTITAS & POSITIONING**

Pastikan bidang dan peran brand tidak perlu ditebak.

- ☐ Nama brand dan nama badan usaha ditampilkan secara jelas.
- ☐ Kategori atau bidang bisnis disebutkan secara spesifik.
- ☐ Target pelanggan utama dapat dikenali.
- ☐ Masalah yang diselesaikan brand dijelaskan.
- ☐ Produk atau layanan utama mudah ditemukan.
- ☐ Wilayah pelayanan atau operasi dicantumkan.
- ☐ Positioning menyebut target, masalah, dan solusi.

02**KONTEN & HUBUNGAN WEBSITE**

Pastikan konten memperkuat keahlian dan identitas brand.

- ☐ Halaman utama menjelaskan identitas dan penawaran utama.
- ☐ Halaman Tentang Kami memuat profil perusahaan yang jelas.
- ☐ Konten berfokus pada topik yang relevan dengan keahlian brand.
- ☐ Artikel terhubung dengan halaman layanan yang sesuai.
- ☐ Author, reviewer, atau pihak penerbit dapat dikenali.
- ☐ Website menautkan akun dan profil resmi yang masih aktif.

Periksa Jejak Brand di Luar Website

Lanjutkan audit pada profil resmi, sumber eksternal, dan keselarasan informasi antar-channel.

03

PROFIL RESMI & SUMBER EKSTERNAL

Pilih sumber yang relevan dan dapat dikelola.

- ☐ Google Business Profile tersedia jika sesuai dengan jenis bisnis.
- ☐ Profil media sosial utama memuat informasi bisnis yang lengkap.
- ☐ Marketplace atau direktori relevan menggunakan profil terbaru.
- ☐ Website partner atau asosiasi menampilkan informasi yang benar.
- ☐ Ulasan atau publikasi memberikan konteks eksternal yang relevan.
- ☐ Profil lama, duplikat, atau tidak aktif telah ditangani.
- ☐ Brand tidak mengejar penyebutan pada sumber yang tidak relevan.

04

KONSISTENSI ANTAR-CHANNEL

Samakan fakta inti tanpa menyalin deskripsi persis.

- ☐ Nama brand dan badan usaha tidak saling bertentangan.
- ☐ Kategori bisnis dijelaskan dengan arti yang sama.
- ☐ Produk atau layanan utama tetap konsisten.
- ☐ Alamat, nomor kontak, dan URL resmi sudah sama.
- ☐ Wilayah operasi menggunakan informasi terbaru.
- ☐ Target pelanggan dan positioning tetap selaras.
- ☐ Organization schema sesuai dengan informasi pada halaman.

Catat Perbedaan dan Tentukan Perbaikan

Bandingkan fakta inti pada setiap channel. Isi ringkas dengan informasi yang saat ini tampil, lalu tandai bagian yang perlu diperbarui.

ELEMEN INFORMASI	WEBSITE	GOOGLE BUSINESS PROFILE	MEDIA SOSIAL	MARKETPLACE / DIREKTORI	PERLU DIPERBAIKI
Nama brand Termasuk nama badan usaha					
Kategori bisnis Bidang atau jenis usaha					
Layanan utama Produk atau jasa prioritas					
Kontak & URL Alamat, telepon, dan domain					
Wilayah operasi Lokasi atau area layanan					
Positioning Target, masalah, dan solusi					

HASIL AUDIT

- ☐ Siap - identitas dan fakta inti sudah jelas serta konsisten.
- ☐ Perlu diperbaiki - ada informasi yang belum lengkap atau berbeda.
- ☐ Perlu audit lanjutan - positioning, struktur, atau schema belum dapat dipastikan.

PRIORITAS PERBAIKAN PERTAMA

Bagian yang perlu diperbaiki: _____

Tindakan berikutnya: _____

Penanggung jawab: _____ Target selesai: _____