

Program Afiliasi Shopee pada Instagram Majalah Sunday

Marlene Sandra¹, Riris Loisa^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: marlene.915210154@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: riris1@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

Abstract

This study analyzes the content marketing strategy through Shopee's affiliate program implemented by the Instagram account @majalahsunday. Initially part of conventional media, this account transitioned to digital media, utilizing Shopee's affiliate program to support its operational sustainability. The research is grounded in the phenomenon of traditional media transitioning to digital formats, a process accelerated by the COVID-19 pandemic. Employing a qualitative approach and case study method, data were collected through in-depth interviews, observations, and document analysis. The findings reveal that Shopee's affiliate program serves as an effective alternative revenue stream for Majalah Sunday, leveraging Instagram as the primary promotional platform. The content strategy focuses on educational and entertaining themes tailored to a teenage audience, employing an engaging native advertising approach without being overly promotional. Additionally, this program successfully enhances audience interaction and drives sales conversions. These findings highlight the importance of innovation in digital marketing strategies to address the challenges of media industry transformation in the digital era while providing practical solutions for revenue diversification amidst technological advancements.

Keywords: *affiliate marketing, content audience, Instagram, media economy, native advertising*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis strategi pemasaran konten melalui program afiliasi Shopee yang diimplementasikan oleh akun Instagram @majalahsunday. Akun ini sebelumnya merupakan bagian dari media konvensional yang kemudian beralih ke media digital, memanfaatkan program afiliasi Shopee untuk mendukung keberlanjutan operasionalnya. Penelitian ini berangkat dari fenomena transformasi media tradisional menjadi digital, yang semakin dipercepat oleh dampak pandemi COVID-19. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, serta analisis dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program afiliasi Shopee merupakan sumber pendapatan alternatif yang efektif untuk Majalah Sunday, dengan memanfaatkan Instagram sebagai media promosi utama. Strategi konten yang digunakan menitikberatkan pada tema edukasi dan hiburan yang sesuai dengan target audiens remaja, melalui pendekatan native advertising yang menarik dan tidak terkesan memaksakan. Selain itu, program afiliasi ini berhasil meningkatkan interaksi dengan audiens sekaligus mendorong konversi penjualan. Temuan penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi dalam strategi pemasaran digital sebagai respons terhadap tantangan transformasi industri media di era digital, sekaligus memberikan solusi praktis untuk diversifikasi pendapatan di tengah perubahan teknologi.

Kata Kunci: *audiens konten, ekonomi media, Instagram, native advertising, pemasaran afiliasi*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi yang pesat mendorong media tradisional untuk beralih ke platform digital, dengan pandemi COVID-19 mempercepat proses transformasi tersebut. Majalah Sunday, yang awalnya beroperasi sebagai media cetak, beralih ke media digital dengan memanfaatkan Instagram dan Program Afiliasi Shopee untuk menjaga keberlanjutan operasionalnya. Affiliate marketing adalah sistem pemasaran berbasis kinerja di mana promotor mendapatkan komisi untuk setiap penjualan atau tindakan yang dihasilkan melalui tautan afiliasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi konten pemasaran afiliasi yang diterapkan oleh Majalah Sunday dalam menarik audiens dan meningkatkan pendapatan melalui platform digital. Kerangka teoretis penelitian ini mengacu pada konsep ekonomi media, affiliate marketing, dan native advertising, serta relevansinya dalam konteks media digital masa kini.

Latar belakang penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana strategi konten pemasaran program afiliasi mendukung operasional Majalah Sunday dalam menghadapi tantangan transformasi dari media cetak ke digital. Sebagai media remaja yang berfokus pada penyajian konten positif, Majalah Sunday memanfaatkan program afiliasi sebagai alternatif sumber pendapatan. Studi kasus ini menjadi relevan karena menunjukkan cara media konvensional yang beralih ke digital dapat bersaing dalam ekosistem digital dengan strategi inovatif. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pembuatan konten pemasaran melalui program afiliasi di akun Instagram @majalahsunday mampu menjangkau audiens secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan strategi konten pemasaran yang digunakan oleh Majalah Sunday untuk mendukung program afiliasi sekaligus memahami tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaannya.

Majalah Sunday, sebagai media daring, mengangkat tema seputar kehidupan siswa SMA/SMK dan berbagai isu remaja, dengan tujuan membangun pola konsumsi media yang lebih positif untuk kaum muda. Berdiri pada Januari 2013, majalah ini menjadi alternatif dari dominasi industri majalah di Indonesia yang banyak mengadopsi lisensi asing. Majalah Sunday memberikan perhatian khusus pada remaja Indonesia dengan tema yang relevan seperti edukasi seksual, kesehatan mental, dan gaya hidup inovatif, sambil mengusung konsep "No Celebrity, No Gossip" untuk membangun komunitas remaja yang kuat dan beragam (Elena, 2023).

Ekonomi Media dan Affiliate Marketing Ekonomi media mencakup kegiatan ekonomi dalam industri media yang berdampak pada aspek budaya, sosial, dan politik (Nisa & Iswatunnisa, 2022). Dalam konteks ini, affiliate marketing menjadi salah satu cara yang efektif untuk menghasilkan pendapatan. Sistem ini melibatkan promosi produk atau layanan melalui tautan afiliasi, di mana pemasar mendapatkan komisi berdasarkan tindakan tertentu, seperti penjualan atau pendaftaran. Strategi ini memungkinkan bisnis memperluas jangkauan mereka dengan memanfaatkan influencer atau kreator konten untuk membangun kepercayaan dan meningkatkan penjualan (Trixie & Pandrianto, 2024). Affiliate marketing menggunakan beberapa model pembayaran:

- a) Pay Per Sale (PPS): Komisi diberikan untuk setiap penjualan yang dihasilkan.
- b) Pay Per Click (PPC): Komisi didasarkan pada jumlah klik, meskipun tanpa penjualan.
- c) Pay Per Lead (PPL): Komisi diberikan ketika pengguna melakukan tindakan spesifik, seperti mengisi formulir.

Program seperti Shopee Affiliate memungkinkan afiliasi mendapatkan komisi jika produk dibeli melalui tautan yang mereka bagikan (Erfiana & Purnamasari, 2023). Konten marketing di media sosial bertujuan menciptakan dan mendistribusikan konten yang relevan dan konsisten untuk menarik audiens dan mendorong tindakan yang menguntungkan. Pendekatan ini lebih menekankan pemberian nilai kepada audiens dibanding promosi langsung. Misalnya, Shopee Affiliate Program memanfaatkan konten kreatif di Instagram untuk mempromosikan produk secara menarik (Erfiana & Purnamasari, 2023).

Strategi konten marketing yang efektif mencakup relevansi yaitu konten harus sesuai dengan minat audiens, seperti tema budaya, edukasi, atau hiburan. Kategorisasi dan Penjadwalan yaitu termasuk pengumuman, cerita emosional, edukasi, dan konten hiburan. Pesan Strategis yaitu Pesan harus informatif, persuasif, dan membangun hubungan emosional. Analisis Audiens yaitu Pemahaman yang mendalam tentang audiens penting untuk menciptakan konten yang relevan dan personal (Pandrianto & Genep Sukendro, 2018).

Native Advertising dan Instagram sebagai Platform. *Native advertising* menyajikan iklan yang menyatu dengan format dan gaya konten platform, sehingga audiens tidak merasa terganggu (Dinanti & Hadi, 2021). Instagram, dengan fitur seperti Stories dan Reels, menjadi platform yang efektif untuk mempromosikan produk melalui konten visual yang menarik dan personal (Purbohastuti, 2017). Sedangkan audiens konten adalah target utama dari program afiliasi karena mereka cenderung terpengaruh oleh tren dan iklan, yang dapat meningkatkan perilaku konsumtif (Khrishananto & Adriansyah, 2021).

Penelitian ini menawarkan kontribusi unik dengan menggabungkan teori pemasaran digital dengan studi kasus pada @majalahsunday, yang berfokus pada media remaja, sebuah topik yang jarang dibahas dalam konteks affiliate marketing. Hal ini memberikan wawasan tentang strategi inovatif untuk keberlanjutan media digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif (Wekke, 2019). Menggunakan metode studi kasus pada akun Instagram @majalahsunday (Rusli, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam serta observasi terhadap aktivitas konten pemasaran afiliasi. Proses analisis menggunakan teknik coding dan triangulasi sumber untuk memastikan validitas data, mengevaluasi strategi pemasaran, dan menilai efektivitas program afiliasi yang memanfaatkan media sosial Instagram (Sirajuddin, 2017).

Subjek penelitian melibatkan individu atau kelompok yang terlibat dalam pembuatan dan pelaksanaan konten pemasaran untuk program afiliasi di akun Instagram @majalahsunday. Subjek utama dalam penelitian ini adalah Olivia Elena Hakim, pemilik sekaligus pimpinan redaksi Majalah Sunday, dan Ari Setiawan, kepala divisi media sosial Majalah Sunday.

Objek penelitian berfokus pada studi kasus terkait strategi konten pemasaran melalui program afiliasi di Instagram @majalahsunday. Penelitian ini menyoroti penggunaan Instagram sebagai platform promosi utama, penerapan strategi konten yang relevan untuk menarik audiens, serta implementasi program afiliasi Shopee oleh Majalah Sunday.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Gambaran Umum Majalah Sunday

Majalah Sunday merupakan media online yang mengusung tema seputar kehidupan sekolah tingkat SMA/SMK dan berbagai isu masa remaja. Majalah Sunday lahir pada Januari 2013, sebagai sebuah *alternative conversation* dari fenomena industri majalah di Indonesia kala itu yang banyak membeli lisensi majalah dari luar negeri. Meski terkesan keren sebagian konten majalah-majalah yang ada merupakan produk terjemahan. Terkadang bisa jadi kurang relevan dan kurang ada warna lokalitas Indonesia itu sendiri.

Melihat fenomena di atas, maka Majalah Sunday berdiri dengan memberi perhatian khusus pada remaja Indonesia, dengan lebih mengangkat tema tentang anak-anak muda, kehidupan sekolah, dan hal-hal yang harus diketahui oleh remaja seperti edukasi seksual dan kesehatan mental. Dengan visi dapat menjadi konsumsi media yang lebih positif untuk kaum muda. Misi instansi yaitu mengusung gaya hidup yang kreatif, memperkenalkan sebuah media baru berkonsep “No Celebrity, No Gossip”, dan membangun komunitas anak muda yang kuat dari berbagai latar belakang.

Majalah Sunday lahir pada tahun 2010 dari sebuah penelitian skripsi yang mengkritisi industri media remaja di Indonesia. Pada tahun 2012 lahirlah gagasan untuk mewujudkan hasil penelitian tersebut menjadi media alternatif. Pada tahun 2013 Majalah Sunday terbit untuk pertama kali pada bulan Januari. Sebelum beralih ke media online Majalah Sunday merupakan majalah gratis bulanan untuk pelajar SMA khususnya di Jakarta Utara kawasan Kelapa Gading. Namun pada tahun 2020 karena adanya pandemi COVID-19, Majalah Sunday berevolusi dari majalah cetak menjadi majalah digital, sehingga siapa pun dapat mengaksesnya dengan mudah yaitu melalui website dan juga platform media sosial. Majalah Sunday mengukuhkan eksistensi digitalnya dengan rata-rata lebih dari seribu pengunjung organik di website. Sebutan untuk audiens Majalah Sunday yaitu dengan sebutan *sunners*.

Kata ‘Sunday’ memiliki kesan positif tentang hari yang menyenangkan dan mudah diucapkan. Dengan menjalani setiap hari dengan semangat, kita dapat menciptakan pengalaman sehari-hari yang mirip dengan kesenangan hari minggu. Tanda seru dengan ilustrasi pena sorot pentingnya pencarian informasi sebagai sumber pengetahuan di antaranya melalui Majalah Sunday. Kantor Majalah Sunday sendiri terletak di Apartemen Gading Nias Residence, Tower Emerald, unit TN-8 Jalan Pegangsaan Dua Kelapa Gading.

Profil Informan

Informan pertama adalah OEH yang merupakan pendiri sekaligus pimpinan redaksi Majalah Sunday. OEH bertanggung jawab terhadap isi redaksi penerbitan, memimpin rapat redaksi, memberikan arahan kepada semua tim tentang berita yang akan dimuat pada setiap edisi, menentukan layak tidaknya suatu berita, foto, dan desain untuk sebuah penerbitan yang dimuat di website majalah Sunday ataupun di media sosial lain seperti Instagram, Tiktok, Youtube, Lemon 8, dan Pinterest, mengadakan koordinasi dengan bagian lain untuk mensinergikan jalannya roda perusahaan, menjalin lobi kerjasama dengan narasumber penting seperti instansi maupun universitas lain yang ingin dimuat di majalah Sunday. OEH juga bertanggung jawab mengubah tautan produk Shopee menjadi yang tautan afiliasi dan mengurus produk yang ingin diaktifkan afiliasi.

Informan kedua adalah AS yang merupakan *content creator* sekaligus Kepala Divisi Media Sosial di Majalah Sunday. AS bertugas mengurus konten di media sosial, seperti tampilan grafis dan konten yang berupa video seputar anak remaja dan juga video terkait konten video yang di akan di afiliasi. AS merupakan informan yang tepat karena AS bertanggung jawab atas konten produk yang telah dikurasi oleh pimpinan redaksi menjadi sebuah video konten.

Hasil Temuan dan Diskusi

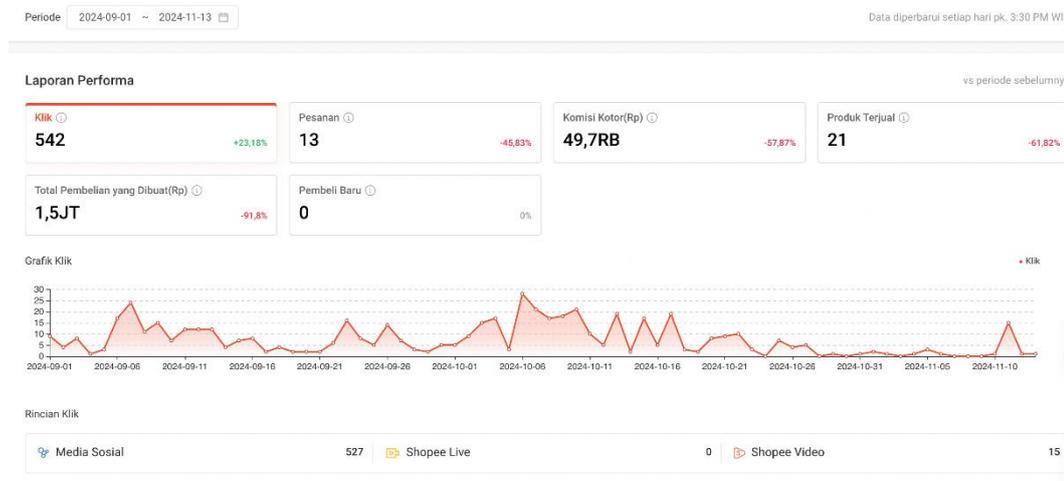
Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi konten marketing yang diterapkan dalam program afiliasi Shopee oleh akun Instagram @majalahsunday terbukti menjadi alternatif pendapatan yang efektif. Konten yang dibuat berfokus pada tema edukasi dan hiburan yang relevan dengan segmen remaja, seperti tips belajar, edukasi seksual, dan kesehatan mental. Konten tersebut dirancang menggunakan pendekatan *native advertising* untuk menarik perhatian tanpa terkesan memaksa (*hard selling*), sehingga identitas Majalah Sunday sebagai media informasi untuk remaja tetap terjaga.

Majalah Sunday menggunakan media sosial sebagai media untuk mempromosikan produk yang di afiliasi menggunakan konten video reels sebab instagram termasuk media sosial dengan pengguna ke 2 terbanyak di Indonesia, dan penggunaanya dengan rentang umur 16 – 24 tahun yang sesuai dengan target audiens dari barang yang di afiliasi. Instagram sebagai media sosial merupakan platform yang efektif untuk promosi produk karena memungkinkan pengguna untuk berbagi konten visual seperti gambar dan video, yang menarik perhatian audiens. Fitur-fitur seperti video singkat, gambar, dan Instagram Stories membuat platform ini menarik bagi pemasar untuk menampilkan produk mereka. Selain itu, Instagram juga mendukung personalisasi konten, sehingga interaksi antara pemasar dan konsumen menjadi lebih dekat (Purbohastuti, 2017).

"Belakangan kita memakai tips dan tutorial, terutama postingan Sunday course, misalnya review baju, bentuk kontennya adalah tips OOTD kengan, tips make up supaya ga ketahuan di sekolah, tips gambar karakter anime, komedi juga ada. Kadang ga jualan juga." – OEH

Transformasi Majalah Sunday dari media konvensional ke media digital mencerminkan dinamika ekonomi media yang berusaha bertahan di era digital. Pandemi COVID-19 menjadi pendorong utama perubahan ini, memungkinkan Majalah Sunday untuk menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk di luar Jakarta. Instagram dimanfaatkan sebagai platform utama untuk promosi konten sekaligus mengarahkan audiens ke tautan afiliasi Shopee. Penonton konten yang merupakan pengguna Instagram merupakan target dari program afiliasi konten sebab penonton konten di media sosial cenderung lebih rentan terhadap pengaruh eksternal, seperti tren dan iklan, yang dapat memicu perilaku konsumtif. Interaksi dengan konten visual yang terkait dengan gaya hidup atau produk promosi meningkatkan kecenderungan untuk membeli barang yang tidak selalu dibutuhkan (Khrishananto & Adriansyah, 2021). Namun ada keterbatasan dari dashboard Shopee sehingga tidak bisa melihat siapa yang membeli apakah konten sampai ke audiens anak remaja atau tidak.

Gambar 2. Tampilan Dashboard Shopee



Sumber: Instansi Majalah Sunday

Efektivitas program afiliasi Shopee didukung oleh kemudahan penggunaannya, seperti proses pembuatan tautan yang sederhana dan komisi yang langsung masuk ke saldo ShopeePay. Komisi diperoleh setiap kali terjadi penjualan melalui tautan afiliasi yang dibagikan, biasanya melalui link di bio Instagram Majalah Sunday. Sebagai perbandingan, media lain seperti Kompas, melalui perusahaan Gramedia, juga menjalankan program afiliasi bernama Gramedia Affiliate. Namun, Gramedia mengelola program afiliasinya sendiri tanpa melibatkan e-commerce lain, dengan produk yang terbatas pada buku-buku yang tersedia di Gramedia. Sementara itu, Majalah Sunday menjadi affiliator Shopee dengan pilihan produk yang lebih beragam.

Program afiliasi yang digunakan mencerminkan teori affiliate marketing, yaitu memanfaatkan individu atau organisasi untuk mempromosikan produk melalui tautan khusus dengan imbalan komisi. Majalah Sunday mengoptimalkan model Pay Per Sale (PPS) dengan membuat konten yang menarik dan relevan, sesuai prinsip content marketing (Erfiana & Purnamasari, 2023). Konten mereka dirancang untuk menarik perhatian audiens remaja, memberikan nilai edukatif atau hiburan, membangkitkan keinginan melalui ulasan produk di dalam konten tutorial produk, dan mendorong tindakan dengan menyertakan tautan afiliasi (Pandrianto & Genep Sukendro, 2018).

"Jadi 3 aspek mendasar dalam konten yang ingin dibawa itu terkait tips pelajar, seks edukasi dan kesehatan mental. Jadi misalkan barang yang bisa untuk pelajar, jadi apa nih yang bisa kita bawakan. Kalau sekarang kita lebih banyak tips belajarnya, gamau terlalu banyak barang, jadi barang yang sudah di affiliate kan akan di recycle dan kita akan gemburkan dengan cara lain. Misalnya kayak Oktober kemarin kita mau perbanyak konten mengenai doodling. Kita meng affiliate kan barang terkait seni, misalnya kertasnya kah, atau origami, atau pulpen khususnya untuk menggambar atau mungkin ya barang yang dipakai untuk perantau makan." – AS

"Kita udah daftar dulu diverifikasi 24 jam data - datanya terus dinyatakan oh iya okeh, akun majalah sunday boleh jadi affiliator, terus kita tinggal bikin konten, taro link, linknya itu link berkode khusus yang udah kita bikin di

dashboard affiliate, di convert jadinya kalo ada link dari pembelian itu kita dapat komisi. Shopee affiliate mudah banget bisa di jadikan kerja sampingan atau cari uang tambahan." – OEH

Dalam menciptakan konten, kreativitas menjadi kunci untuk menghindari kesan *hard selling*. Konten dibuat dalam bentuk video kreatif seperti tips OOTD, tutorial makeup, atau cara menggambar anime, yang disesuaikan dengan minat remaja. Strategi ini berhasil meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus mendorong penjualan melalui tautan afiliasi. Kendala yang dihadapi mencakup keterbatasan akses terhadap data audiens, seperti ketidakmampuan melihat profil penonton yang menekan tautan afiliasi. Meski demikian, inovasi dalam strategi konten dan optimalisasi pemasaran digital telah membantu mengatasi tantangan tersebut.

Selain memberikan solusi diversifikasi pendapatan bagi media digital, strategi ini juga memberikan nilai tambah berupa konten edukatif dan hiburan bagi audiens. Lebih jauh, program ini turut mendukung perkembangan bisnis e-commerce di kalangan audiens muda. Temuan penelitian ini menegaskan pentingnya inovasi dalam strategi pemasaran digital untuk menghadapi tantangan transformasi media di era digital.

4. Simpulan

Program afiliasi Shopee yang diterapkan melalui akun Instagram @majalahsunday terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan media digital. Strategi ini membantu Majalah Sunday bertahan menghadapi tantangan transformasi digital di industri media. Strategi konten marketing yang diterapkan menggabungkan tema edukasi, hiburan, dan tutorial yang relevan dengan audiens utama, yaitu remaja. Pendekatan ini mampu menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan audiens melalui *native advertising* yang menarik tanpa menonjolkan unsur *hard selling*.

Instagram menjadi platform utama untuk mempromosikan konten dan mengarahkan audiens ke tautan afiliasi. Konten visual dan kreatif, seperti tips belajar dan perawatan diri, terbukti efektif dalam meningkatkan konversi penjualan melalui link afiliasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi dalam strategi pemasaran digital berperan penting dalam menghadapi tantangan transformasi media dari format konvensional ke digital. Program afiliasi memberikan solusi yang praktis untuk diversifikasi pendapatan, terutama bagi media yang beradaptasi dengan perubahan teknologi dan perilaku konsumen.

Keterbatasan akses terhadap data audiens menjadi salah satu kendala utama. Meski demikian, inovasi konten dan pengoptimalan strategi pemasaran digital menjadi langkah yang efektif untuk mengatasi tantangan ini. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya kreativitas dan kemampuan beradaptasi dalam merancang strategi pemasaran digital, guna mendukung keberlanjutan media di era digital.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber serta seluruh pihak yang telah mendukung penulis dalam melakukan penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

- Dinanti, C. D., & Hadi, S. P. (2021). ANALISIS NATIVE ADVERTISING SEBAGAI KONTEN MEDIA ONLINE DREAMERS.ID. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 6(1), 166. <https://doi.org/10.25124/demandia.v6i1.3424>
- Elena, O. (2023). *Majalah Sunday Brand Book*. Majalah Sunday.
- Erfiana, W., & Purnamasari, D. (2023). Strategi Content Marketing Influencer Melalui Shopee Affiliate Program Pada Instagram. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 134. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.28261>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Imiah Psikologi*, 9(2), 323–336. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Nisa, P. K., & Iswatunnisa, I. (2022). Media Economics During The Pandemic: Study Case of Beritasatu TV. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 4(2), 67–74. <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i2.28968>
- Pandrianto, N., & Genep Sukendro, G. (2018). *Analisis Strategi Pesan Content Marketing Untuk Mempertahankan Brand Engagement*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/2619>
- Rusli, M. (2021). Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Islam*, 3. <http://repository.uin->
- Sirajuddin, S. (2017). *ANALISIS DATA KUALITATIF* (H. Upu, Ed.; Vol. 1). Pustaka Ramadhan.
- Trixie, I., & Pandrianto, N. (2024). *Brand Affiliate sebagai Alternatif Membangun Brand Awareness*.
- Wekke, I. S. (2019). *Metode Penelitian Sosial*. <https://www.researchgate.net/publication/344211045>