

## Strategi Konten Kreator dalam Mengoptimalkan Pendapatan Melalui Youtube Shopee Affiliate

Azis Amriwan<sup>1</sup>, Imam Mahmud, Ratu Ananda Salsabila, & Nur Anisa  
Universitas Lampung, Indonesia

### Abstract

*YouTube shopping affiliate is a feature released by YouTube to provide the opportunity to earn additional income for YouTube channel owners who meet the requirements. The program was created by connecting products that are bought and sold on the Shopee marketplace to be promoted through videos made by content creators on YouTube by adding tags to them in the videos. This research uses a literature study method with a qualitative approach to find out strategies for optimizing income through video programs created by content creators. The research results show that making videos, writing descriptions, channel names, tags, and video duration have a big influence on someone's behavior in buying the recommended product. The existence of social action on the YouTube shopping affiliate program is also carried out through an approach in the analysis of dromological theory, including regarding flow, trajectory and duration. In the process, research findings illustrate that the concept of faster digital flow allows someone to be able to follow trends based on videos that match someone's behavior to be encouraged to buy recommended products.*

**Keywords:** Youtube Social Media, Content Creator, and YouTube Shopping Affiliate.

### Abstrak

YouTube shopping affiliate adalah fitur yang dikeluarkan oleh YouTube dalam memberikan kesempatan mendapatkan tambahan penghasilan bagi pemilik channel YouTube yang memenuhi persyaratan. Program dibuat dengan menghubungkan produk yang diperjual belikan marketplace Shopee untuk dipromosikan melalui video yang dibuat konten kreator di YouTube dengan langkah memberikan tag pada di dalam video. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan kualitatif dalam mengetahui strategi mengoptimalkan pendapatan penghasilan melalui program video yang dibuat oleh konten kreator. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembuatan video, penulisan deskripsi, nama channel, tag, serta durasi video memberikan pengaruh besar terhadap perilaku seseorang untuk dapat ikut membeli produk yang disarankan. Adanya tindakan sosial atas program YouTube shopping affiliate dilakukan juga melalui pendekatan dalam analisis teori dromologi antara lain tentang aliran, lintasan, dan durasi. Pada prosesnya temuan penelitian menggambarkan bahwa konsep arus digital yang lebih cepat memungkinkan seseorang untuk dapat mengikuti trend dengan berdasarkan pada video yang sesuai atas perilaku seseorang untuk dapat terdorong dalam membeli produk-produk yang disarankan.

**Kata Kunci :** Media Sosial Youtube, Konten Krator, dan YouTube Shopping Affiliate.

### Pendahuluan

Era perubahan sosial dalam masyarakat digital membuka ruang dan peluang yang luas untuk setiap individu terlibat serta memiliki peran dalam proses pemanfaatan media sosial. Pada kondisi ini setiap masyarakat pada hakikatnya tidak hanya bisa menerima atau mengkonsumsi konten dari beragam informasi yang tersedia, akan tetapi bagi individu dan kelompok dengan kreatifitasnya dapat menghasilkan dan memproduksi konten dalam media sosial yang dimiliki (*content creator*). Terdapat banyak platform yang mampu dimonetisasi (*monetization*) antara lain YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, Twitter yang kemudian menjadi X, penulisan artikel dalam blog, menciptakan musik di spotify dan lain sebagainya.

---

<sup>1</sup>azis.amwirman@fisip.unila.ac.id

Kajian Mahmud & Wibisono (2023) adanya penggunaan media sosial yang terstruktur dengan masif dalam suatu perusahaan maupun lembaga pendidikan dapat meningkatkan literasi digital terhadap para user atau pengguna yang ingin mendaftar dalam lembaga pendidikan yang bersangkutan.

Kondisi lainnya kebermanfaatan dari penggunaan media sosial memainkan peran besar dalam memberikan peluang kepada individu untuk menjadi konten kreator yang menghasilkan pendapatan, salah satunya melalui program afiliasi seperti shopee affiliate di platform YouTube. Kondisi ini didukung dengan peminat media sosial di Indonesia, dimana pengguna media sosial terus mengalami peningkatan signifikan setiap tahunnya. Pada awal 2024, terdapat 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia yang mewakili sekitar 60,4% dari total populasi sebesar 276,4 juta jiwa (Data Indonesia.id, April 2024). Platform-platform utama seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook mendominasi dalam hal penggunaan dan iklan yang terdistribusi oleh perusahaan. YouTube misalnya, memiliki potensi jangkauan iklan mencapai 75% dari total pengguna internet di Indonesia atau sekitar 139 juta pengguna pada awal tahun 2024. Hal ini tentu menjadikan YouTube sebagai salah satu platform yang sangat efektif untuk monetisasi konten melalui iklan dan maupun program afiliasi, seperti yang dilakukan oleh kreator yang bekerja sama dengan Shopee melalui Shopee Affiliate diharapkan mampu menambah penghasilan atas media sosial yang dimilikinya.

Dikutip dari Meltwater.com (2024), Indonesia juga menunjukkan tren kuat dalam penggunaan TikTok yang menjadi platform dengan rata-rata penggunaan waktu tertinggi, yaitu sekitar 38 jam per bulan. YouTube berada di posisi kedua dengan 31 jam per bulan. Data ini menunjukkan bagaimana pengguna di Indonesia sangat terlibat dalam platform video seperti YouTube dan TikTok dengan memberikan peluang besar bagi konten kreator untuk memaksimalkan pendapatan atas media sosial yang dimilikinya. Dengan tingginya penggunaan media sosial di Indonesia, konten kreator tentu saja dapat lebih mudah menjangkau audiens yang lebih luas, terutama pada kelompok usia dalam rentang 18-34 tahun yang mendominasi pengguna aktif

Selain format video panjang, YouTube juga memperkenalkan fitur *YouTube Shorts* sebagai salah satu cara baru bagi konten kreator untuk menjangkau audiens lebih luas dan cepat. *YouTube Shorts* adalah video dengan berdurasi pendek yang biasanya tidak lebih dari 60 detik dan kemudian didesain untuk bersaing dengan popularitas video singkat di platform seperti TikTok dari ByteDance dan Instagram reels dari Meta. Bagi kreator yang mengikuti program *Shopee Affiliate*, *YouTube Shorts* juga menawarkan peluang besar untuk memasukan link afiliasi ke dalam deskripsi video singkat yang tersedia, maka realitas ini memudahkan penonton untuk langsung melakukan pembelian setelah menonton rekomendasi produk. Biasanya audiens lebih tertarik pada konten yang ringkas dan langsung pada intinya, hal ini menjadi tantangan utama bagi para kreator untuk membuat video yang menarik, relevan, dan mampu mengajak untuk melakukan pembelian produk melalui link afiliasi yang disediakan setelah adanya *awareness*. Dengan melihat peluang dari berbagai tren platform media sosial, konten kreator dapat memahami karakteristik audiens dan mengoptimalkan pendapatan supaya program afiliasi seperti Shopee Affiliate dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan pendapatan kreator melalui konten-konten promosi yang kreatif. Terlebih lagi berdasarkan hasil riset (Dwi et al., 2022) *awareness* yang dimiliki konten kreator dalam produk yang diulas nantinya setiap konsumen akan secara beriringan mempengaruhi minat

beli dari konsumen yang artinya memberikan penghasilan tambahan dari channel youtube yang sudah memenuhi persyaratan mengikuti YouTube Shopee Affiliate.

Dari hasil penelitian lainnya yang ditemukan, pada artikel yang berjudul *Shopee Affiliate Viral Marketing's Effect on Generation Z Buying Interests in Purchasing Fashion Products on Shopee* (Agustin et al., 2023) menunjukkan pengaruh viral marketing dan afiliasi Shopee terhadap minat beli konsumen, terutama di kalangan generasi Z yang aktif di platform seperti TikTok dan YouTube. Penelitian ini menjelaskan bahwa konten kreator berperan penting dalam mendorong minat beli melalui penggunaan tautan afiliasi dan ulasan produk yang disampaikan dalam konten mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 74,3% dari peningkatan minat beli dipengaruhi oleh viral marketing program *Shopee Affiliate*.

Namun dalam proses penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada TikTok sebagai platform utama untuk promosi viral, sementara YouTube juga merupakan platform yang sangat kuat dengan jangkauan hingga 139 juta pengguna di Indonesia. Selain itu juga belum ditemukannya penelitian terkait yang meneliti secara menyeluruh penggunaan fungsi YouTube sebagai alat promosi yang efektif melalui program *Shopee Affiliate*. Materi kreator di YouTube dengan menggunakan format video berdurasi panjang dan pendek sehingga kurang mendapat perhatian dalam hal pendapatan afiliasi melalui Shopee. Padahal hal ini dapat membuka peluang studi untuk fokus pada bagaimana fitur-fitur YouTube, termasuk YouTube Shorts, dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan pembuat konten afiliasi di berbagai kategori produk.

Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami strategi konten kreator dalam menggunakan platform YouTube untuk memaksimalkan pendapatan dari program afiliasi shopee sehingga dapat berkontribusi pada analisis bentuk perubahan sosial di masyarakat atas lapangan pekerjaan. Adanya studi ini juga akan melihat secara menyeluruh terkait seberapa cepat penyebaran konten, keterlibatan penonton, dan seberapa efektif fitur interaktif YouTube dalam mempromosikan jaringan afiliasi. Dengan berfokus pada platform YouTube, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru tentang efektivitas YouTube dalam pemasaran afiliasi di Indonesia.

### **Metode Penelitian**

Metode penelitian dalam tentu diperlukan untuk mendapatkan data sebagai bagian pengetahuan sehingga mampu untuk dipergunakan dalam memahami, memecahkan, dan mengantisipasi berbagai masalah (Sugiyono, 2013). Metode penelitian dipergunakan dan relevan dengan riset ini mempergunakan studi literatur dengan pendekatan kualitatif yang dilaksanakan hanya pada satu channel YouTube @radaredukasi tanpa mengkomparasi dengan channel YouTube lainnya mengingat program YouTube Shopping Affiliates resmi ada di Indonesia pada Bulan September 2024.

Studi Literatur yang dimaksudkan dalam penelitian dilakukan dengan mengumpulkan sejumlah referensi yang berupa buku, jurnal-jurnal ilmiah bereputasi, majalah, media online digital yang berkaitan dengan masalah dan tujuan riset. Teknik dan analisis ini dijalankan mengingat upaya untuk mengungkapkan berbagai teori sosiologis yang relevan dengan kajian yang sedang diteliti sebagai bahan rujukan dalam melakukan pembahasan hasil penelitian.

Peneliti menggunakan metode studi literatur dalam mengkaji berbagai teori-teori dan referensi dengan hasil penelitian sebelumnya terkait pemasaran digital, perilaku konsumen,

serta efektivitas media sosial dalam bentuk program afiliasi yang berhubungan dengan perubahan sosial dalam Masyarakat digital. Penggunaan studi literatur dilakukan dalam membangun kerangka teoritis untuk memahami bagaimana durasi video atau tag dapat memengaruhi perilaku pembelian pada platform media sosial. Perihal ini peneliti tidak memulai penyelidikan dengan satu teori tertentu lalu membuktikannya, namun dengan suatu bidang kajian dan hal-hal yang terkait dengan bidang terkait dengan subjek riset tersebut kemudian dihubungkan relevansinya dengan teori yang ada. Adapun pendekatan kualitatif dilakukan dengan menganalisis mendalam tentang bagaimana kreator memproduksi konten berdasarkan analisis video yang bergabung dalam YouTube Shopping Affiliates. Melalui pendekatan yang dijelaskan ini setidaknya akan mudah menganalisa praktik konten kreator untuk mengambil keputusan ikut dalam program YouTube shopping affiliates yang diharapkan nantinya dapat meningkatkan penghasilan atas upaya mengikuti program.

Selain penggunaan metodologi dalam riset ini melakukan pendekatan dengan kajian dalam teori Dromologi yang dikemukakan oleh Paul Virilio mengenai dunia sosial sebagai lintasan perlombaan pada balapan mobil dan perlombaan lari yang gerakannya begitu cepat dan terus menerus dengan menggunakan kemampuan mobilisasi dengan mengandalkan kemampuan, kemajuan dan kecanggihan teknologi dalam berbagai dimensi, terutama dalam kajian teori ini berkaitan dengan berkembangnya teknologi informasi, telekomunikasi dan transportasi yang berbasis 3 (tiga hal), yaitu aliran (*flow*), lintasan (*passage*), dan durasi (*duree*) sebagai kekuatan dari konsep dromologi yang berbasis pada *digital network society* (Tazid, 2022). Dromologi secara lebih luas dapat mencakup hubungan antara perkembangan teknologi digital dan adanya dinamika sosial dalam masyarakat, dalam konteks ini maka pada program YouTube Shopee Affiliate terhadap konten kreator untuk mengoptimalkan pendapatan melalui unggahan video yang diciptakan.

Pada studi literatur teori ini akan dikaitkan dengan literatur mengenai media sosial, konten kreator, dan marketing afiliasi. Kunci utama dalam kesuksesan konten kreator untuk mempromosikan sebuah produk melalui tautan afiliasi terdapat pada kecepatan penyebaran konten dan interaksi dengan penonton. Dengan demikian maka kajian tentang teori Dromologi dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana kecepatan interaksi dalam video berhubungan langsung dengan keputusan pembelian konsumen dalam platform YouTube.

## Hasil dan Pembahasan

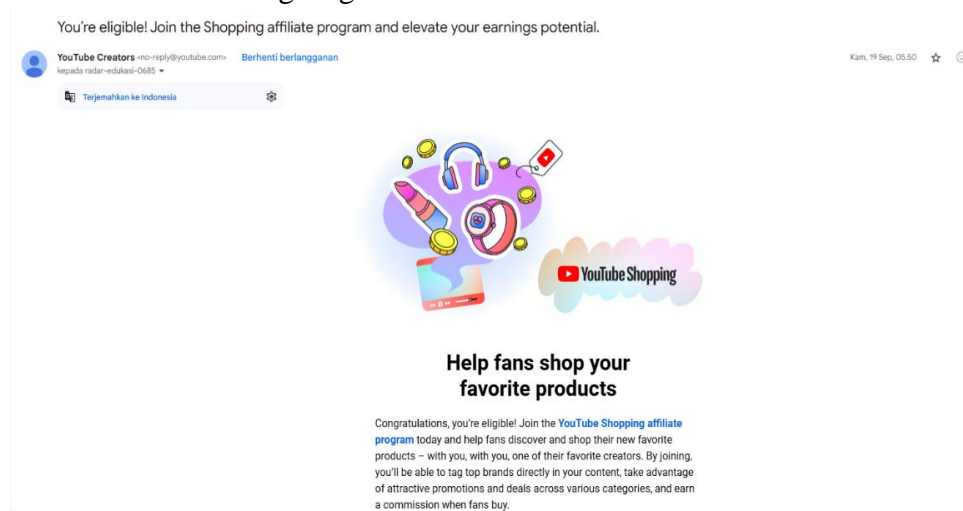
Konten kreator adalah individu atau kelompok yang membuat konten digital di berbagai platform, seperti YouTube, Instagram, Blog, dan TikTok. Di Indonesia peran adanya konten kreator menjadi semakin berkembang dalam setiap pemasaran digital yang dilakukan perusahaan dalam skala mikro, kecil maupun menengah. Konten kreator dapat diartikan sebagai individu yang bertugas untuk membuat konten ataupun materi dari platform yang menjadi minatnya, perihal ini contohnya seorang individu memilih YouTuber maka ia harus membuat channel dan mengisi channel youtube dengan video-video yang sesuai dengan ketentuan dan aturan dari YouTube (Nurohman, 2021).

Hadirnya konten kreator tidak hanya berfungsi sebagai pembuat hiburan, tetapi sebagai perantara membantu konsumen menemukan produk yang dibutuhkan. Dikutip dari Gadgetren.com (2024) data dalam internal google menunjukkan sebanyak 78% penonton di Indonesia merasa lebih mudah membuat keputusan pembelian setelah menonton rekomendasi

dari adanya ulasan atau *review* dari konten kreator yang sebelumnya telah memberikan penjelasan terkait dengan kelebihan dan kekurangan produk yang diperjualbelikan. Realitas ini juga setidaknya menunjukkan peluang besar bagi konten kreator di Indonesia dengan mengikuti program YouTube Shopping Affiliate yang resmi diluncurkan pada tahun 2024 bekerja sama dengan Shopee.

Program YouTube Shopping Affiliate memungkinkan kreator untuk mendapatkan komisi dari produk yang dipromosikan di video pada platform YouTube. Kreator dalam hal ini dapat menampilkan produk di dalam video yang diciptakan, kemudian adanya penonton tertarik untuk dapat langsung membeli produk melalui tautan yang diarahkan ke Shopee. Hadirnya program afiliasi YouTube shopping ini memiliki beberapa keuntungan bagi para konten kreator antara lain membantu para subscribe ke channel konten kreator untuk dapat berbelanja, meningkatkan potensi penghasilan konten kreator dalam mendapatkan komisi dari Shopee serta mendorong konten kreator dalam untuk menciptakan video yang memiliki potensi lebih dalam mendapatkan penghasilan (YouTube, 2024).

Adanya program YouTube Shopping Affiliate di Indonesia juga memiliki beberapa persyaratan bagi setiap konten kreator yang dapat terdaftar atau memenuhi kelayakan diantaranya channel YouTube yang dibuat haruslah memiliki lebih dari 10.000 pengikut, konten media sosial yang dibuat hanya dapat dilakukan di Amerika Serikat, Indonesia, Korea Selatan, dan Thailand. Selain itu adanya channel yang dapat mengikuti program bukan channel musik, channel artis atau channel terkait dengan partner musik terakhir untuk pengaturan channel yang dibuat tidak ditetapkan sebagai konten untuk anak-Anak (YouTube, 2024). Ulasan tentang channel yang dianggap memenuhi syarat dan ketentuan kemudian mendapatkan undangan via email secara langsung.



**Gambar 1.** Undangan Lewat Email untuk Berpartisipasi dalam Program YouTube Shopping Affiliate (Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

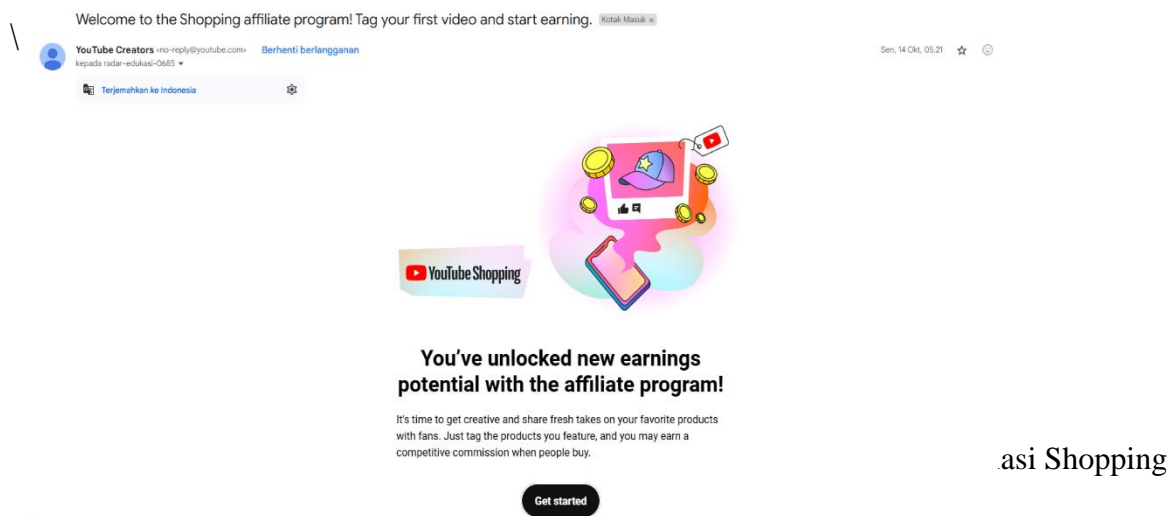
Setiap channel yang memenuhi persyaratan selain mendapatkan penghasilan dari iklan maka membuat konten kreatif seperti video ulasan, tutorial, dan rekomendasi produk, kreator akan memperoleh penghasilan tambahan melalui komisi dari setiap transaksi yang dilakukan melalui tautan afiliasi yang dibuat. Sistem ini memungkinkan kreator untuk memaksimalkan jangkauan pemasaran produk Shopee kepada audiens yang lebih luas dan beragam. Dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial dan *e-commerce* di Indonesia, program

seperti YouTube Shopping Affiliate menjadi peluang besar bagi para konten kreator untuk dapat memanfaatkan jaringan digital guna memperoleh pendapatan tambahan. Kerja sama dengan Shopee memberikan akses ke pangsa pasar yang lebih besar, terutama dengan dukungan terhadap produk lokal dan UMKM yang tersedia (Katadata, 2024).

Dalam pandangan ini maka setidaknya YouTube sebagai perusahaan telah memanfaatkan kapabilitasnya terkait dengan jumlah pengguna untuk berkompetisi dengan media sosial serupa seperti dalam TikTok dengan Tokopedia, arena penggambaran dari lintasan perlombaan dalam perusahaan teknologi akan bertransformasi untuk dapat berkompetisi dalam menyikapi perubahan zaman yang artinya perubahan ini dilakukan agar tidak kehilangan user untuk terus berkreasi dalam mengunggah, menonton, dan berbagi video dalam platform YouTube. Keuntungan yang didapatkan oleh YouTube tentu mempertahankan eksistensinya untuk para pengguna sehingga bisa dianggap sebagai user friendly.

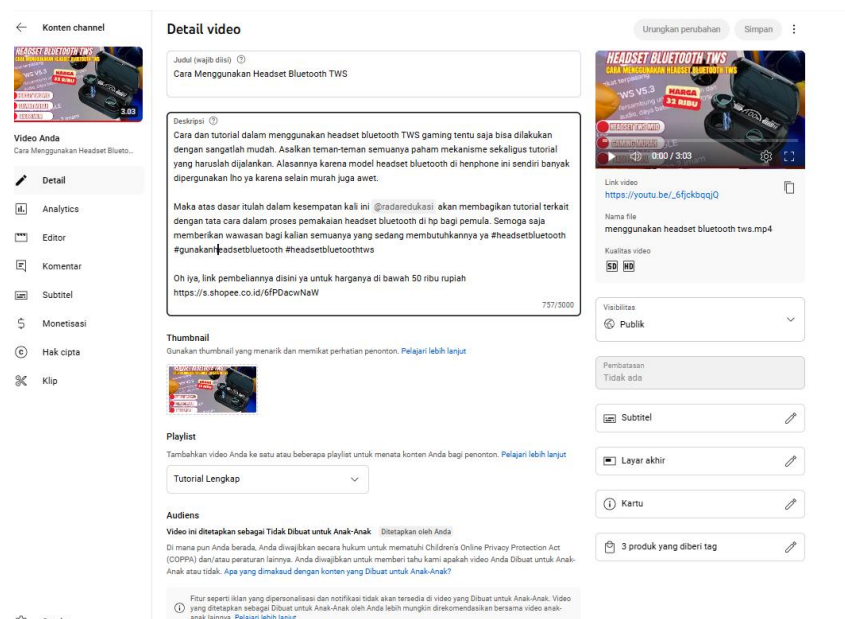
### Konten Kreator Terhadap Pendapatan melalui Shopee Affiliate

Konten kreator YouTube memiliki peran penting dalam pemasaran digital, khususnya dengan adanya program Shopee Affiliate yang memungkinkan konten kreator memonetisasi konten melalui rekomendasi produk. Afiliasi Shopee juga berpeluang bagi kreator untuk menyertakan tautan produk dalam konten yang akan mengarahkan pengikut atau penonton langsung ke aplikasi Shopee. Prosedur ini kemudian akan terjadi ketika seorang konten kreator mendaftar dan mengikuti program yang tersedia. Ucapan terkait dengan keberhasilan channel dalam mendaftar program kemudian akan mendapatkan balasan lewat email.



Setelah mendapatkan informasi tentang keikutsertaan program maka jikalau transaksi terjadi melalui tautan, seseorang kreator akan mendapatkan komisi. Oleh karena itu relevansinya semakin banyak interaksi dan transaksi yang terjadi, semakin besar pula pendapatan kreator. Dalam hal ini pemilik dari channel YouTube tidak hanya mempromosikan produk namun juga membangun kepercayaan dan hubungan dengan para penonton, hal ini juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi proses pembelian. Data terkait dengan hal ini menunjukkan bahwa terdapat 91% penonton setuju bahwa kreator memberikan informasi yang dibutuhkan sehingga mampu membuat keputusan yang tepat dalam membeli suatu produk (Gadgetren, 2024). Kondisi ini juga setidaknya menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya

mengandalkan promosi langsung dari platform e-commerce, melainkan lebih mempercayai ulasan dan rekomendasi dari kreator yang dianggap lebih jujur dan transparan ketika membahas kelebihan dan kekurangan produk.



**Gambar 3.** Konten dengan Mengaitkan pada Produk Shopee (Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

Beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan kreator dari Shopee Affiliate di YouTube, seperti kreativitas konten, keterampilan dalam memilih produk yang relevan dengan minat penonton dalam channel yang dibuat dan seberapa banyak penonton dapat berinteraksi dengan penonton untuk mengunjungi tautan afiliasi. Kreator dalam hal ini juga dapat menyajikan konten yang informatif dan menarik, seperti review produk, tutorial dalam proses penggunaan, dan berbagai referensi produk yang biasanya punya potensi lebih tinggi untuk membuat banyak penonton mengklik tautan afiliasi dan melakukan pembelian. Selain itu adanya interaksi penonton dengan konten kreator juga berpengaruh pada hasil penjualan. Misalnya saja dalam hal ini kreator yang aktif membalas komentar penonton yang menanyakan kelebihan atau cara penggunaan suatu produk pada video akan lebih mudah membangun kepercayaan dengan audiens sehingga memiliki tingkat keberhasilan afiliasi yang lebih tinggi. Hal ini karena setiap penonton akan merasa lebih terhubung secara personal dengan kreator dan lebih percaya pada rekomendasi yang disampaikan dalam unggahan video.

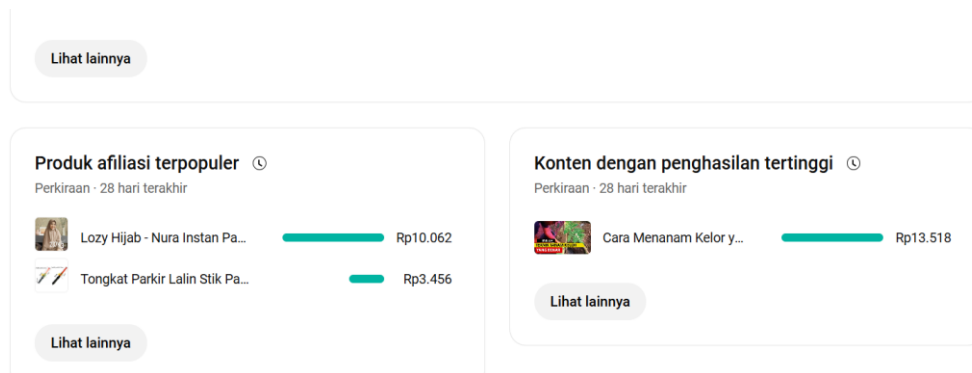
Selain itu juga penting bagi kreator untuk menjaga konsistensi dalam mengunggah video secara berkala hal ini diperlukan karena perubahan algoritma dan analisis media sosial dapat secara signifikan mempengaruhi jangkauan video kepada target audiens. Dengan mengikuti perkembangan algoritma akan membantu meningkatkan peluang terjadinya transaksi karena semakin sering konten terupload, maka semakin besar pula eksposur yang didapatkan oleh tautan afiliasinya. Kreator dalam hal ini harus terus mempelajari dan meningkatkan kemampuannya dalam membuat konten yang menarik dan berkualitas. Transparansi dalam menyampaikan informasi produk juga penting untuk membangun kepercayaan audiens dan memastikan bahwa konten yang dihasilkan sesuai dengan aturan yang berlaku. Dengan inovasi dan penyusunan strategi yang tepat, maka akan semakin besar peluang kreator untuk



menghasilkan pendapatan melalui program afiliasi shopee.

### Strategi Penggunaan YouTube dalam Monetisasi Melalui Shopee Affiliate

YouTube adalah salah satu platform terbesar untuk monetisasi konten di Indonesia dan kemudian melakukan kerja sama dengan Shopee melalui YouTube Shopping Affiliate. Program ini membuka peluang baru bagi para konten kreator. Selain pendapatan dari iklan setiap pemilik channel dalam YouTube yang lebih dari 10.000 subscribe dan memiliki lebih dari 4.000 jam tayang kini dapat memonetisasi video dengan menambahkan tautan afiliasi produk Shopee di unggahan video yang diciptakan. Dengan fitur ini, kreator dapat memperoleh komisi dari setiap transaksi yang dilakukan melalui tautan yang dibagikan. Untuk mengoptimalkan pendapatan dari program afiliasi ini, kreator perlu memahami strategi yang tepat. Strateginya konten kreator haruslah memilih produk yang relevan dengan target audiens. Misalnya, kreator yang fokus pada konten kecantikan dapat mempromosikan produk-produk kecantikan dari Shopee, sementara kreator teknologi dapat mempromosikan gadget atau perangkat elektronik, adapun untuk channel yang berfokus pada bidang pertanian dapat menemukan produk yang berhubungan dengan pertanian meskipun dalam studi kasus yang dilakukan channel berisi tentang produk pertanian juga memunculkan produk lain misalnya saja produk fashion.



**Gambar 4.** Strategi YouTube dalam Shopee Affiliate (Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)

Selain adanya pembuatan konten yang sesuai penempatan tautan afiliasi di unggahan video juga penting untuk menarik perhatian penonton. YouTube dalam hal ini memungkinkan kreator untuk menampilkan *product showcase* yaitu produk yang direkomendasikan akan muncul secara visual di video lengkap dengan tautan yang dapat diklik untuk melakukan pembelian langsung. Penempatan setiap produk ini dalam aturan YouTube dapat dilakukan minimal 30 detik yang dimulai dari 00.30 artinya setiap video yang ditautkan pada produk semakin durasi panjang maka akan semakin banyak begitu juga sebaliknya. Namun resikonya setiap video dengan durasi yang panjang impresi penonton atau jam penonton juga akan semakin susah karena relevansinya penonton lebih menyukai konten yang langsung memberikan solusi atas permasalahan maupun hiburan yang dibutuhkan.

Affiliator yang berhasil seringkali memanfaatkan tren yang sedang berkembang dan menciptakan konten yang informatif serta menarik minat calon pembeli. Keberhasilan afiliasi tidak hanya tergantung pada tautan produk, tetapi juga pada keterampilan afiliasi dalam menyajikan produk secara jujur dan relevan sesuai kebutuhan pasar (Nadhiroh et al., 2024). "Di YouTube, kesuksesan program afiliasi sangat ditentukan oleh kemampuan kreator untuk



memberikan konten yang jujur dan sesuai dengan pasar.

Video yang informatif dan menghibur, seperti ulasan produk yang detail atau video pendek YouTube Shorts, dapat menarik minat beli penonton. Kreator dapat menjangkau audiens yang lebih besar dan mendapatkan kepercayaan dengan mengikuti tren konten yang selalu berkembang setiap harinya. “Review produk yang jujur dan detail sangat berperan dalam membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih baik” (Luthfiani & Ahmadi, 2024).

Dalam usaha membangun kepercayaan audiens, konten kreator di YouTube harus memprioritaskan kredibilitas dan relevansi konten yang merupakan salah satu penerapan strategi monetisasi melalui program Shopee Affiliate. Menurut Luthfiani dan Ahmadi (2024), content creator yang kredibel dapat menciptakan konten yang jujur dan informatif, yang secara signifikan meningkatkan minat beli konsumen melalui program afiliasi. Kejujuran dan kejelasan dalam menyampaikan kelebihan serta kekurangan produk membuat audiens merasa lebih yakin dengan rekomendasi yang diberikan, sehingga kemungkinan mereka untuk mengklik tautan afiliasi juga bertambah.

Penelitian dari Luthfiani dan Ahmadi (2024) juga menunjukkan bahwa review produk yang detail sangat membantu konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, terutama ketika review tersebut menyertakan informasi nyata terkait performa dan kualitas produk. Dengan format video, konten kreator dapat memanfaatkan visual storytelling yang lebih efektif dibandingkan teks atau gambar saja. Misalnya, kreator bisa menunjukkan penggunaan produk secara langsung, sehingga audiens mendapatkan gambaran yang lebih jelas dan terpercaya.

Secara keseluruhan, strategi monetisasi melalui Shopee Affiliate di YouTube memberi peluang besar bagi konten kreator untuk meningkatkan pendapatan. Menurut penelitian Sissy et al., (2023), strategi pemasaran digital melalui program afiliasi ini dapat secara signifikan meningkatkan minat beli, terutama di kalangan generasi muda. Kreator dalam hal ini setidaknya dapat meningkatkan keberhasilan program Afiliasi Shopee, membangun hubungan yang lebih kuat dengan penonton, dan meningkatkan konversi penjualan dengan mengembangkan strategi konten yang relevan dan interaktif.

## **Kesimpulan**

YouTube sebagai bagian media sosial memberikan peluang yang besar dalam upaya untuk mendapatkan penghasilan. Penyematan konten kreator dalam era perubahan sosial termasuk juga bagian dari diskursus lapangan pekerjaan yang tidak hanya sebatas pada pekerjaan formal. Adanya riset tentang strategi pengoptimalan monetisasi melalui Shopee Affiliate di YouTube secara keseluruhan akan meningkatkan pendapatan jika setiap pemilik channel memahami langkah ataupun tata cara yang dilakukan dengan tepat. Upaya atas tindakan perlu dilakukan untuk terlebih dahulu memahami persyaratan yang harus dipenuhi agar dapat bergabung dalam program ini selain itu adanya proses pembuatan video berdurasi efektif akan memberikan peluang penonton untuk membeli produk yang disarankan, penulisan deskripsi serta tag yang tepat dalam video juga memiliki pengaruh besar. Segala hal yang dilakukan YouTube untuk terus bertransformasi serta mempertahankan eksistensinya di masyarakat ini akan memberikan kesejahteraan bagi konten kreator untuk terus menjadikan YouTube sebagai media sosial.

## Daftar Pustaka

- Ageng Wuri. (2024). Youtube Gandeng Shopee Rilis Program Afiliasi YouTube Shopping. Diakses dari [https://gadgetren.com/2024/09/18/rilis-program-afiliasi-youtube-shopping-shopee-288490/#google\\_vignette](https://gadgetren.com/2024/09/18/rilis-program-afiliasi-youtube-shopping-shopee-288490/#google_vignette).
- Agustin, D., Ashri, D., & Wahjudi, S. (2023). *Shopee Affiliate Viral Marketing's Effect on Generation Z Buying Interests in Purchasing Fashion Products on Shopee*. 51–56. <https://doi.org/10.5220/0011875700003582>.
- Amelia Yesidora. (2024). Syarat dan Cara Daftar Jadi Affiliate Youtube Shopping. Diakses dari <https://katadata.co.id/digital/teknologi/66ebd71be4ea3/syarat-dan-cara-daftar-jadi-affiliate-youtube-shopping-komisi-100>.
- Dwi, A., Sutarman, Y., Oxygentri, O., Kusumaningrum, R., Karawang, S., Komunikasi, D. I., Singaperbangsa, U., & Abstract, K. (2022). Pengaruh Unggahan Dari Content Creator Program Afiliasi E-Commerce Shopee Terhadap Minat Beli (Analisis Regresi Linear Berganda pada Konsumen Shopee Indonesia di media sosial Instagram). *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Desember*, 8(2370–80). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7388329>.
- Kalodata. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses dari <https://www.kalodata.com/id/blog/2024/04/digital-2024-indonesia/>.
- Luthfiani, D. A., & Ahmadi, M. A. (2024). *Pengaruh Review Produk dan Content Creator Terhadap Minat Beli Melalui Affiliate Marketing pada Pengguna E-Commerce Shopee*. 2(1), 1071–1079.
- Mahmud, I., & Wibisono, D. (2023). Literasi Digital dalam Keputusan Santri Memilih Pondok Pesantren Darussa'adah Kyai Haji Asyikin Bandar Lampung. *Socio Religia*, 4(1), 17–30. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/sr/article/view/16702%0Ahttps://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/sr/article/download/16702/6764>.
- Nadhiroh, N., Anggraini Kusumaningtyas, & Choirul Amirudin. (2024). Optimalisasi Pemanfaatan Gadget Pada Remaja Untuk E-Commerce Melalui Shopee Affiliate. *Inisiasi*, 77–84. <https://doi.org/10.59344/inisiasi.v13i1.236>.
- Ni Luh Anggela. (2024). YouTube Gandeng Shopee, Luncurkan Program Baru Saingi TikTok. Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20240919/12/1800763/youtube-gandeng-shopee-luncurkan-program-baru-saingi-tiktok>.
- Nurohman, Dwi Aris. (2021). *Cara Kreatif Menghasilkan uang dengan Menjadi Blogger, Youtuber atau Tiktok*. Jakarta Barat : Penerbit Al Markazi.
- Simon Kemp. (2024). Digital 2024: Indonesia. Diakses dari <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>.
- Sissy, P., Maharani Aisadira, Dyta Khairani, Fadhila Syahda, & Nur Aini Rakhmawati. (2023). Pengaruh Marketing Digital Shopee Affiliate pada Minat Beli Mahasiswa Sistem Informasi ITS. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 182–197. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i1.447>.
- Sue Howe. (2024). Social Media Statistics for Indonesia. Diakses dari <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-indonesia>.
- Sugiyono. (2013). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Tazid, A. (2022). Memahami Konsep Dromologi. *PANOPTIKON: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 15–29. <https://e-journal.fisipol-undar.ac.id/index.php/panoptikon/article/view/10/7>.
- YouTube Creators. (2024). Program Afiliasi YouTube Shopping. Diakses dari [https://youtu.be/1HbNDK7J\\_A](https://youtu.be/1HbNDK7J_A).
- YouTube Creators. (2024). Program Afiliasi YouTube Shopping. Diakses dari [https://youtu.be/k3NIQIF\\_yOY](https://youtu.be/k3NIQIF_yOY).