

Peran Modal Digital dalam Proses Menjadi Influencer: Studi Kasus pada Influencer Afiliasi = The Role of Digital Capital in the Proccess of Becoming an Influencer: Case Study on Affiliated Influencer

Nur Fajrina Ramadhanty, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920557441&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian membahas tentang bagaimana kerja modal digital berupa akses dan kemampuan digital dapat memfasilitasi individu untuk mendapat keuntungan dari internet dengan menjadi influencer afiliasi. Pada gilirannya, perusahaan mengeksploitasi modal digital influencer sebagai kualifikasi utama dalam pemasaran digital berbasis afiliasi. Studi-studi terdahulu telah membahas peran modal digital dalam persaingan ekonomi masyarakat informasi. Namun modal digital sebelumnya hanya berfokus pada akses dan kemampuan saja, tidak pada kompetensi untuk memanfaatkan internet sebagai 'ruang kerja' virtual. Melalui studi ini, peneliti mengeksplorasi interaksi antara modal digital dengan modal lainnya yang dapat memaksimalkan peluang individu untuk mendapat keuntungan di media sosial, jaringan dibangun dengan audiens atau followers, serta bentuk relasi antara perusahaan dan influencer afiliasi. Hasil temuan menyatakan bahwa individu dengan modal digital tinggi yang ditunjang dengan modal lain memiliki peluang besar untuk menjadi influencer afiliasi dan mempertahankan statusnya, meskipun individu dengan modal digital rendah tetap berkesempatan menjadi influencer namun mereka rentan kehilangan status karena tidak memiliki modal untuk menunjang karirnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, studi literatur dan wawancara mendalam dengan influencer terafiliasi, audiens, serta pihak pelaksana pemasaran afiliasi.

.....This study discusses how digital capital works in the form of digital access and competences can facilitate individuals to gain benefit from the internet by becoming an affiliate influencer. In turn, companies are exploiting influencer's digital capital as a key qualification in affiliate-based digital marketing. Previous studies have discussed the role of digital capital in digital economy of information society. However, the concept of digital capital previously discussed was only focused on access and competences, not on capabilities to use the internet as a virtual 'workspace', gaining profits. Through this study, i explored the interaction between digital capital and other capitals that can maximize individual opportunities to gain profits on social media, build networks with audiences or followers, forming relationships between companies and affiliate influencers. The findings found that individuals with high digital capital, supported by other capital have a great opportunity to become affiliate influencers and maintain their status, although individuals with low digital capital still have the opportunity to become influencers, they are vulnerable losing their status because they do not have other capitals to support their career. This study uses qualitative methods with data collection techniques of observation, literature study and in-depth interviews with affiliated influencers, audiences, and affiliate marketing implementers.