

BAB IV

PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Afiliasi menjadi cara tercepat dan paling efisien bagi nano-influencer untuk mengonversi modal sosial yang telah mereka bangun berupa kepercayaan, kredibilitas, dan hubungan erat dengan pengikut menjadi keuntungan finansial. Berbeda dengan model bisnis lain yang mungkin memerlukan investasi besar atau negosiasi yang rumit, program afiliasi memungkinkan mereka mendapatkan komisi secara langsung dari setiap transaksi yang dihasilkan. Ini adalah strategi yang optimal untuk memonetisasi pengaruh tanpa harus menguras sumber daya tambahan. Program Shopee Affiliate menawarkan model yang transparan dan bebas dari kerumitan negosiasi harga atau kontrak yang ketat, yang sering kali ditemukan pada jenis pekerjaan lain.
2. Keputusan ini juga didukung oleh pemanfaatan berbagai modal yang dimiliki oleh nano-influencer. Mereka tidak hanya mengandalkan modal sosial (jaringan dan pengikut), tetapi juga modal simbolik (reputasi digital dan citra sebagai figur yang dipercaya) dan modal budaya (pengetahuan mendalam tentang fashion dan kemampuan menciptakan konten yang menarik). Kombinasi modal-modal ini meningkatkan efektivitas promosi mereka, menjadikan setiap rekomendasi lebih persuasif dan berdampak pada keputusan pembelian pengikut.

3. Di luar aspek finansial, menjadi afiliator juga berfungsi sebagai sarana aktualisasi diri dan penguatan posisi sosial mereka dalam komunitas digital. Dengan secara konsisten merekomendasikan produk fashion yang relevan, mereka menegaskan identitas diri sebagai "pakar fashion" dan membangun *personal branding* yang kuat. Hal ini pada akhirnya tidak hanya menarik pengikut baru, tetapi juga membuka peluang kerja sama yang lebih luas di masa depan, menegaskan bahwa afiliasi adalah langkah strategis jangka panjang.

4.2 Saran

1. Bagi nano-influencer, disarankan untuk lebih aktif dalam membangun interaksi dengan pengikut dan memfokuskan diri pada tertentu. Hal ini akan memperkuat modal sosial dan *personal branding* mereka.
2. Bagi platform e-commerce seperti Shopee, penting untuk terus mengembangkan sistem dukungan dan apresiasi terhadap pelaku afiliasi skala mikro. Penyediaan pelatihan komunikasi digital, transparansi sistem komisi, serta fitur pelaporan yang lebih responsif dapat meningkatkan profesionalisme dan motivasi pengguna tanpa membebani mereka secara struktural.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan studi ke wilayah geografis dan demografis lain, mengeksplorasi perbedaan strategi berdasarkan gender, platform, atau kategori produk. Penelitian komparatif media sosial lain seperti TikTok dan YouTube Shorts juga dapat

memperkaya pemahaman tentang dinamika rasionalitas sosial di berbagai ruang digital.

