

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi digital yang digunakan oleh affliator dalam memasarkan produk fashion dan beauty di platform e-commerce Shopee melalui media sosial Instagram. Shopee dipilih sebagai objek penelitian karena keberhasilannya dalam memanfaatkan pemasaran digital, terutama melalui program Shopee Affiliate, yang memungkinkan affliator untuk mendapatkan komisi dengan menjual produk pihak lain. Penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan sembilan affliator aktif di Instagram. Hasil analisis menunjukkan bahwa daya tarik pesan komunikasi dominan pada dua konsep utama, yaitu daya tarik rasional dan emosional. Selain itu, social media influencer dalam penelitian ini menunjukkan kredibilitas sumber yang tinggi, terutama dalam hal ketertarikan (attractiveness) dan kepercayaan (trustworthiness).

Kata Kunci: Komunikasi Digital, Pemasaran Affiliate, Fashion & Beauty, E-commerce Shopee.