

ABSTRACT

Shopee Affiliate is a Shopee e-commerce program that invites all social media users to earn additional income by becoming content creators through their buying experience at Shopee. This research seeks to examine prosumption practices from the work system offered by Shopee Affiliate, and to see how affiliates try to earn wages through self-presentation on their personal social media. By using the concept of prosumption in the era of digital capitalism, cultural intermediaries and self-commodification which was compiled from Christian Fuchs and Pierre Bourdieu using virtual ethnography methods.

This research has found the convenience of affiliation as a cultural intermediary through the politicization of flexible, easy, and unattached work systems. The freedom that affiliates enjoy is only an illusion of knowledge workers thereby trapping affiliates to submit to the shadow of industrial culture. Affiliates seem to give Shopee freedom of choice in work which will actually enrich the industrial market. Behind "flexible" work there is a blurring of the distance between work and free time, thus triggering affiliates to work extra. In addition, the practice of self-commodification also occurs in Shopee's working mechanism through affiliates building self-image for material gain. The affiliators are not only commodified but also forced to take part in the free competition among affiliates that was built by Shopee. The affiliation body seems to be a storefront for goods displayed on social media to support the success of the practice of prosumption within the framework of digital capitalism. The goal is that the affiliate is considered a lifestyle expert and becomes a reference for others because of their experience in consuming stuff.

Keywords: Prosumption, Cultural Intermediaries, Self Commodification, Digital Capitalism.

INTISARI

Shopee Affiliate merupakan salah satu program dari *e-commerce* Shopee yang mengajak seluruh pengguna media sosial untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan menjadi *content creator* melalui pengalamannya membeli barang di Shopee. Penelitian ini berupaya untuk mengkaji praktik prosumsi dari sistem kerja yang ditawarkan oleh Shopee Affiliate, serta melihat bagaimana cara afiliator berupaya mendapatkan upah melalui pertunjukan diri di media sosial pribadinya. Dengan menggunakan konsep prosumsi dalam era kapitalisme digital, *cultural intermediaries* dan *self commodification* dari Christian Fuchs, George Ritzer, dan Pierre Bourdieu yang disusun menggunakan penelitian dengan metode etnografi virtual.

Penelitian ini telah membongkar adanya kenyamanan dari afiliator sebagai *cultural intermediaries* melalui manipulasi sistem kerja yang fleksibel, mudah dan bebas. Suksesnya praktik prosumsi ini didukung dengan kehadirannya di tengah masyarakat konsumtif. Kebebasan yang dinikmati afiliator hanya sebuah ilusi *knowledge worker* sehingga menjebak afiliator agar tunduk dalam bayang-bayang industri budaya. Afiliator seolah diberikan kebebasan pilihan oleh Shopee dalam bekerja yang justru akan memperkaya industri pasar. Di balik kerja yang “fleksibel” terjadi pengaburan jarak antara bekerja dan waktu luang sehingga memicu afiliator untuk bekerja lebih ekstra. Selain itu, praktik komodifikasi diri juga terjadi dalam mekanisme kerja Shopee melalui cara afiliator membangun citra diri demi kepentingan materi. Diri afiliator tidak hanya dikomodifikasi tetapi juga dipaksa untuk mengikuti kompetisi bebas sesama afiliator yang dibangun Shopee. Tubuh afiliator seolah menjadi etalase barang yang dipertontonkan di media sosial untuk menunjang suksesnya praktik prosumsi dalam bingkai kapitalisme digital. Tujuannya agar afiliator dianggap sebagai *lifestyle expert* dan menjadi sebuah rujukan orang lain karena pengalamannya dalam mengkonsumsi barang.

Kata kunci: Prosumsi, *Cultural Intermediaries*, Komodifikasi Diri, Kapitalisme Digital.