

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penggunaan media sosial X sebagai alat komunikasi pemasaran afiliasi *e-commerce*, dengan studi kasus pada pemengaruh mikro mitra "Shopee Affiliate" akun X @tiramissad. Setelah *rebranding*, X menjadi media yang menarik bagi pengiklan dan pelaku bisnis, dengan fokus pada interaksi intensif dengan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dengan pemilik akun X @, dan dokumentasi. Hasil penelitian disajikan dalam tujuh subbab yang membahas hasil temuan dan analisis. Hasil temuan data, menunjukkan bahwa akun X @tiramissad secara aktif membangun interaksi dengan audiens melalui kolom komentar, fitur komunitas, serta akun *autobase* untuk memperluas jangkauan kontennya. Sebagai pemengaruh mikro dengan lebih dari 13.000 pengikut, akun X @tiramissad membangun kredibilitasnya melalui pengunggahan konten ulasan produk dengan pemakaian pribadi dan transparansi produk. Tujuan utama dari aktivitas promosi pada akun X @tiramissad yaitu adalah memperoleh penghasilan tambahan melalui konten-konten yang dibagikan dengan tautan afiliasi. Program afiliasi "Shopee Affiliate" yang diikuti oleh akun X @tiramissad menerapkan ketentuan *Cost per Action* (CPA), dimana komisi akan diberikan apabila audiens atau konsumen melakukan transaksi melalui tautan yang dibagikan.

Kata Kunci: **Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, X, Pemengaruh Mikro, Afiliasi**

ABSTRACT

This research analyzes the use of X social media as an e-commerce affiliate marketing communication tool, with a case study on the micro-influencer partner "Shopee Affiliate" X account @tiramissad. After rebranding, X became an attractive medium for advertisers and businesses, focusing on intensive interaction with users. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through observation, interviews with X account owner @tiramissad, and documentation. The research results are presented in seven subchapters that discuss the findings and analysis. The results of the data findings, show that the X @tiramissad account actively builds interactions with audiences through comment sections, community features, as well as autobase accounts to expand the reach of its content. As a micro influencer with more than 13,000 followers, @tiramissad's X account builds its credibility through uploading product review content with personal usage and product transparency. The main purpose of promotional activities on @tiramissad's X account is to earn additional income through content shared with affiliate links. The "Shopee Affiliate" affiliate program followed by @tiramissad's X account applies Cost per Action (CPA) provisions, where commissions will be given if the audience or consumers make transactions through the shared links.

Keywords: Marketing Communication, Social Media, X, Micro Influencers, Affiliates