

BAB II

FITUR DAN INFORMASI YANG DITAWARKAN OLEH *STREAMER* DALAM SHOPEE LIVE

Bab ini membahas tentang fitur yang tersedia dalam Shopee Live dan gambaran umum terkait informasi yang dibagikan oleh penjual di setiap kategori live pada Shopee Live. Bab ini membantu untuk memahami tentang bagaimana *streamer* mempersuasi penonton dalam Shopee Live melalui informasi yang mereka sampaikan kepada penonton.

2.1. Fitur Shopee Live

Shopee Live merupakan salah satu fitur yang dirilis oleh Shopee untuk memungkinkan penjual melakukan sesi *streaming* sekaligus mempromosikan toko dan produknya kepada pembeli secara langsung. Melalui sesi *live* ini pembeli dapat berinteraksi langsung dengan penjual untuk mengetahui lebih detail tentang produk dan membelinya tanpa meninggalkan halaman *live streaming* (Zhang et. al, 2022). Untuk menunjang interaksi dan kemudahan informasi dalam sesi live, terdapat beberapa fitur yang dirilis oleh Shopee untuk memudahkan penggunaanya berbelanja melalui Shopee Live, fitur tersebut diantaranya:

1. Fitur Pengingat Live

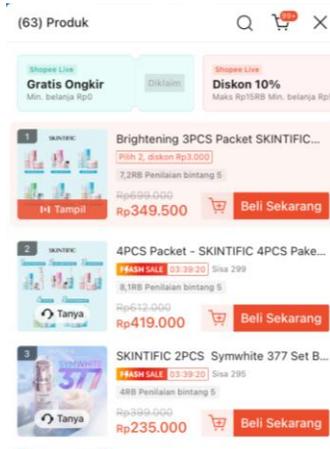


Gambar 2.1-1 Fitur Pengingat Shopee Live

Sumber: Shopee, 2024

Melalui fitur ini penjual dapat membagikan jadwal *streaming* kepada pengikut toko melalui aplikasi Shopee sekaligus media sosial penjual. Fitur ini dapat diaktifkan oleh penjual 60 hari sebelum *streaming* dijadwalkan, dengan begitu konsumen yang ingin melihat produk secara *live* dapat mengaktifkan fitur ini untuk diberikan pengingat sebelum live berlangsung.

2. Fitur Etalase Penjual



Gambar 2.1-2 Fitur Etalase Penjual Shopee Live

Sumber: Shopee, 2024

Melalui fitur ini penjual dapat menampilkan beragam produk yang dijual pada etalase mereka. Fitur etalase penjual ini dapat mempermudah pembeli untuk tahu produk yang dijual, menanyakan produk, menambahkan pada keranjang belanja, hingga melakukan pembelian saat live berlangsung.

3. Fitur Tanya Penjual



Gambar 2.1-3 Fitur Tanya Penjual

Sumber: Shopee, 2024

Fitur ini memungkinkan interaksi langsung antara penonton dan penjual. Penonton dapat mengajukan permintaan kepada penjual untuk membahas produk tertentu secara langsung melalui tombol tanya dan penjual untuk tahu produk yang ditanyakan oleh penonton. Hal ini memberikan kesempatan bagi penjual untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk secara personal sesuai dengan kebutuhan dan keinginan penonton.

4. Kolom Komentar



Gambar 2.1-4 Fitur Kolom Komentar Shopee Live

Sumber: Shopee, 2024

Melalui fitur kolom komentar penonton dapat menanyakan produk kepada penjual secara lebih detail. Setiap komentar yang masuk akan terintegrasi langsung dengan tampilan notifikasi pada penjual. Pada fitur ini Shopee juga menyediakan pilihan *automatic text* yang bisa dipilih oleh penonton yang berisi pertanyaan seperti diskon atau ketersediaan produk.

5. Fitur Sematkan Komentar



Gambar 2.1-5 Fitur Sematkan Komentar Shopee Live

Sumber: Shopee, 2024

Fitur sematkan komentar ini memungkinkan penjual untuk menyematkan komentar yang ditampilkan pada bagian bawah kolom komentar. Melalui fitur ini penjual dapat menyematkan komentar berupa promosi atau informasi penting yang berlaku ketika live berlangsung.

6. Fitur Sematkan Produk



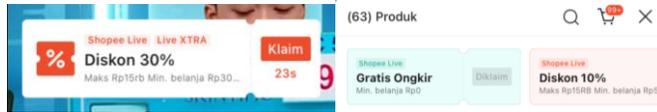
Gambar 2.1-6 Fitur Sematkan Produk Shopee Live

Sumber: Shopee, 2024

Melalui fitur ini penjual dapat menyematkan produk yang sedang dipromosikan pada sesi live untuk mempermudah penonton

menemukan produk tersebut. Fitur ini juga dapat memungkinkan penjual untuk menambahkan produk tambahan yang mungkin relevan untuk penonton.

7. Voucher Diskon Shopee Live



Gambar 2.1-7 Voucher Diskon Shopee Live

Sumber: Shopee, 2024

Fitur ini diberikan Shopee kepada penjual secara gratis dan hanya dapat diklaim oleh penonton pada produk yang disematkan pada etalase “keranjang oren” selama live berlangsung.

2.2. Informasi yang Ditawarkan Dalam Shopee Live

Shopee Live sebagai platform *live streaming* memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan belanja online pada umumnya. Proses penjualan yang dilakukan secara langsung atau *real time* memberikan kesempatan bagi penonton untuk melihat *streamer*, produk yang ditawarkan sekaligus suasana *live* secara detail (Wongkitrungrueng, 2020). Pengalaman yang diberikan pun seperti berbelanja langsung di toko, pembeli berpeluang untuk mendapatkan informasi produk secara nyata, aktual, dan lengkap (Sun Y. et.al., 2019).

Pada umumnya jenis informasi yang ditawarkan dalam Shopee Live dapat dikategorikan menjadi beberapa jenis, yaitu informasi produk, harga dan diskon, promo dan bonus, cara pembelian, serta informasi lain seperti cara penggunaan produk. Informasi produk yang disampaikan streamer dalam

Shopee Live umumnya berisi tentang jenis produk yang disampaikan, fitur yang dimiliki produk, manfaat, serta keunggulan produk. Namun, beragamnya kategori produk yang hadir dalam Shopee Live menjadikan proses penjelasan informasi dalam live pun turut bervariasi. Berikut penjelasan informasi produk di setiap kategori live:



(a) Kategori Fashion



(b) Kategori Kecantikan



(c) Kategori Elektronik



(d) Kategori Perlengkapan Rumah



(e) Kategori Makanan

Gambar 2.2-1 Tampilan Live Setiap Kategori Produk Shopee Live

(Sumber: Shopee, 2024)

A. Kategori Produk Fashion

Dalam kategori produk *fashion* informasi yang disampaikan biasanya berupa jenis produk, seperti celana, baju, atau sepatu. Pada kategori ini *streamer* juga biasanya memberikan informasi terkait bahan, warna, ukuran, detail desain, hingga cara pemakaian produk *fashion* yang dijual. Contohnya pada gambar live Jiniso Official sebagai *brand fashion* yang menjual celana, *streamer* menampilkan produk yang dijual dengan mengatakan “Buat kamu yang Bb 58 bisa ambil size 30, ini *flash sale* terakhir, ini 402 warna oreo, 403 khaki, dan ini light grey”.

B. Kategori Produk Perawatan dan Kecantikan

Dalam kategori produk perawatan dan kecantikan informasi yang disampaikan *streamer* umumnya berupa jenis produk, misalnya produk perawatan seperti toner atau serum, serta produk *makeup* seperti *foundation* atau lipstick. Ketika menjelaskan produk pada kategori ini, *streamer* biasanya memberikan informasi terkait bahan, kandungan, cara penggunaan, manfaat, hingga jenis kulit yang cocok untuk produk tersebut. Seringkali *streamer* juga memberikan tips bagi penonton untuk mendapatkan hasil maksimal terkait produk perawatan yang dijelaskan. Contohnya ketika memasarkan produk sunscreen, biasanya *streamer* mengatakan “Kak pakai sunscreen ini ringan banget cocok untuk kulit berminyak dan ini tidak merusak makeup, sunscreen etalase keranjang no 13”. Untuk produk *make up* seperti pada gambar live brand kecantikan Marshwillow, *streamer* menunjukkan *swatch* produk lipstick yang ditanyakan oleh penonton.

C. Kategori Produk Elektronik

Dalam kategori produk elektronik informasi yang disampaikan *streamer* umumnya berupa jenis produk, merek produk, model produk, spesifikasi, garansi yang didapatkan, dan fitur produk. Contohnya pada gambar live toko elektronik Han River Official yang menjual alat pijat, streamer dalam live tersebut menjelaskan fitur produk dan cara memakai produk tersebut sehingga penonton memiliki gambaran secara langsung.

D. Kategori Produk Perlengkapan Rumah

Dalam kategori produk perlengkapan rumah informasi yang disampaikan *streamer* umumnya berupa jenis produk seperti alat masak atau dekorasi rumah, model produk, bahan produk, ukuran dan dimensi produk, hingga cara penggunaan produk yang tepat. Contohnya pada gambar live yang dilakukan brand Home Mart Indonesia, terlihat streamer sedang menampilkan produk karpet dengan menjelaskan panjang karpet, bahan, ketebalan, hingga kapasitas orang yang dapat duduk di atasnya.

E. Kategori Produk Makanan dan Minuman

Dalam kategori produk perlengkapan rumah informasi yang disampaikan *streamer* biasanya berupa varian rasa produk, bahan dan kandungan, tanggal *expired*, ukuran dan berat produk, hingga petunjuk untuk mengkonsumsi produk. Contohnya pada gambar live yang dilakukan Lapak Camilan *streamer* menampilkan produk yang dijual dengan menjelaskan varian produk, varian kemasan, hingga stok produk yang tersedia.

2.3 Streamer dalam Shopee Live

Streamer dalam *live shopping* memiliki peran penting untuk membantu konsumen memahami produk yang dijual. Kecocokan *streamer* dalam mempresentasikan produk sangat penting dalam membangun kepercayaan dan kemudahan pengenalan produk kepada penonton (Wang, 2024). Pemahaman penonton terkait produk umumnya diperkuat melalui interaksi tanya jawab antara *streamer* dan penonton (Luo, 2024). Oleh karena itu, setiap toko atau *brand* yang melakukan *live streaming* pada Shopee Live memiliki karakteristik *streamer* yang berbeda yang disesuaikan dengan karakteristik produk yang dijual, mulai dari penjual yang bertindak sebagai *streamer*, *influencer*, hingga selebriti.

1. Penjual sebagai *Streamer*

Penjual yang bertindak sebagai *streamer* ini merupakan jenis *streamer* yang umum dijumpai di Shopee Live. Penjual cenderung memiliki pengetahuan mendalam terkait produk yang mereka jual. Ketika live berlangsung umumnya penjual akan menjelaskan fitur dan fungsi produk, tutorial penggunaan, menjawab pertanyaan penonton, menawarkan diskon atau promosi khusus. Seringkali penjual juga mengajak penonton untuk menanyakan atau mengecek etalase produk penjual yang ditampilkan di Shopee Live. hai

2. Kolaborasi *brand* dengan *influencer* sebagai *Streamer*

Influencer sebagai individu yang memiliki pengaruh terhadap orang lain terkait bidang tertentu di media sosial seringkali bekerjasama dengan *brand* untuk mempromosikan produk mereka. Melalui *influencer*, *brand* dapat memanfaatkan pengaruh mereka untuk menarik penonton yang lebih luas karena popularitas yang dimiliki. Pemilihan *influencer* sebagai *streamer* juga perlu mempertimbangkan kecocokannya dengan produk yang dijual agar penonton sesuai dengan target pasar produk tersebut.

3. Selebriti sebagai *Streamer*

Selebriti sebagai figur yang terkenal seringkali bekerja sama dengan Shopee Live untuk melakukan kampanye di tanggal tertentu seperti 9.9 atau *payday sale*. Selebriti yang diajak kerja sama oleh Shopee Live mengadakan live streaming di toko khusus mereka, seperti Toko Mama Nur yang dimiliki Aurel Hermansyah. Proses live streaming yang dilakukan sama layaknya penjual sebagai *streamer* menjelaskan produk dan memberikan diskon promosi.