Rancangan *Overlay* untuk Meningkatkan Kualitas Tampilan Konten *Live Shopping* pada *Marketplace*

Halim Agung[1], Muhamad Ali Sukrajap[2], Wahid Maulana Badri[3]
[1,2] Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global, Tangerang, Indonesia
[3] Teknik Informatika, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Sarana Global, Tangerang, Indonesia
Email: [1]halimagung@global.ac.id, [2]malisukrajap@global.ac.id, [3]1117090123@global.ac.id

Abstrak – Di era globalisasi saat ini, Tiktok menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer. Dengan berkembangnya Tiktok *Live Shopping*, persaingan di antara penjual yang menggunakan *live streaming* juga semakin meningkat. Oleh sebab itu diperlukan strategi yang lebih canggih untuk menonjolkan diri di tengah keramaian. Salah satu strategi untuk meningkatkan kualitas tampilan konten ialah dengan desain *overlay* yang lebih menarik dan profesional. Penelitian ini memiliki tujuan untuk merancang desain yang membantu pengguna Shopee dalam menerapkan *overlay* yang menarik dan interaktif untuk live streaming mereka. Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, observasi serta kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain dapat di mulai dengan mendesain *background* yang pas dengan tema barang yang akan di jual serta penerapan *overlay* dapat dilakukan dengan bantuan OBS dimana desain, host dan audio di masukan ke dalam aplikasi ini. Berdasarkan pengolahan data evaluasi secara keseluruhan bahwa dari 55 responden berhasil mendapatkan score 55% poin, dengan demikian desain Overlay dapat dikatakan cukup untuk dapat dijadikan dan di terapkan dalam *Live Shopping*.

Kata Kunci – Sosial Media, OBS, *Overlay* Live Stream, Live Shopping

Abstract - In the current era of globalization, Tiktok has become one of the most popular social media platforms. With the development of Tiktok Live Shopping, competition among sellers using live streaming is also increasing. Therefore, a more sophisticated strategy is needed to stand out from the crowd. One strategy to improve the quality of content display is with a more attractive and professional overlay design. This research aims to design a design that helps Shopee users implement attractive and interactive overlays for their live streaming. This research uses literature study, observation and quantitative methods. The results of this research show that design can start by designing a background that fits the theme of the goods to be sold and applying overlays can be done with the help of OBS where the design, host and audio are input into this application. Based on the overall evaluation data processing, 55 respondents managed to get a score of 55% points, thus the Overlay design can be said to be sufficient to be used and implemented in Live Shopping.

Keywords – Social Media, OBS, Overlay Live Stream, Live Shopping.

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, Perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat [1]. Tiktok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia dengan miliaran pengguna aktif. Platform ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan. Dengan pertumbuhan yang pesat, Tiktok menjadi potensi pasar yang besar. Shopee menjadi platform yang sangat populer bagi penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi online. Berkaitan dengan fenomena yang dilakukan oleh masyarakat mengenai transaksi belanja dan penjualan secara online melalui *marketplace* memberikan kesempatan bagi pengusaha yang cukup besar dalam memasarkan atau mempromosikan suatu produknya secara online, salah satunya menggunakan *marketplace* Shopee atau Tiktok Shop[2]. Platform *marketplace* menawarkan sistem pembayaran cashless atau non tunai yang mana dapat memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam ber transaksi[3]. Beberapa *marketplace* mempunyai fitur *live stream* yang membuat orang menjadi belanja online dengan mudah dengan melihat produk nya secara langsung. Beberapa keuntungan dari toko online antara lain kemudahan dalam memasarkan produk, biaya operasional yang lebih rendah, dan kemampuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini juga mempengaruhi aktivitas-aktivitas lainnya, termasuk kegiatan berbelanja kebutuhan sehari-hari, di antaranya kebutuhan pangan, sehingga terjadi peningkatan dalam belanja online itu sendiri [4]. Dengan mempunyai fitur *live stream*, ini menjadi konsep baru yang memungkinkan pengguna untuk menjual produk dan jasa secara langsung melalui *live streaming*. Model bisnis ini memberikan peluang unik untuk berinteraksi dengan pemirsa secara real-time dan meningkatkan penjualan.

Dengan berkembangnya Tiktok *Live Shopping*, persaingan di antara penjual yang menggunakan *live streaming* juga semakin meningkat. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih canggih untuk menonjolkan diri di tengah keramaian. Desain *overlay* adalah elemen penting dalam produksi *live streaming* yang dapat meningkatkan tampilan dan kualitas konten. Menerapkan *overlay* yang dirancang dengan baik dapat membuat *live streaming* lebih menarik dan profesional.

Desain *overlay* yang efektif untuk Shopee melibatkan sejumlah tantangan, termasuk estetika, interaksi, dan kesesuaian dengan merek. Memahami dan mengatasi tantangan-tantangan ini adalah aspek kunci dalam perencanaan *overlay* yang sukses. Dalam konteks *live streaming*, kustomisasi dan interaksi adalah faktor kunci yang dapat meningkatkan daya tarik *live streaming*. *Overlay* yang dirancang dengan baik dapat membantu meningkatkan kualitas produksi *live streaming* dan interaksi dengan pemirsa.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti memiliki relevansi dengan penelitian terdahulu yang mana *live shopping* memengaruhi daya beli sehingga penyajiannya dalam hal ini overlay harus di wujudkan secara menarik pembeli. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zainatul

Muzamaroh, hasil yang ditemukan ialah penggunaan strategi pemasaran dengan strategi *live streaming* berhasil meningkatkan jumlah audiens dan kualitas akun toko mulai dari jumlah followers sampai penjualan [5]. Selain itu, penggunaan fitur yang ada pada *live streaming* sangat membantu untuk memaksimalkan penjualan. Selanjutnya, host live streaming yang berpenampilan menarik, dan memiliki gaya komunikasi yang bagus akan lebih menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Adinda Ayu Puspita Sari [6]. Nadiyatul Rahmah dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Live Streaming* Penjualan berpengaruh terhadap minat beli dengan koefisien sig 0,000 > 0.050 serta nilai t hitung 3,896 < 1,983495. 2) Hashtag berpengaruh terhadap minat beli dengan koefisien sig 0,012 < 0,050 serta nilai t hitung 2,562 < 1,983495. 3) konten marketing berpengaruh terhadap minat beli dengan nilai koefisien sig 0,008 < 0,050 serta nilai t hitung sebesar 2,700 > 1,983495 [7]. Terdapat pengaruh dari Live Streaming (X1) terhadap Impulsive Buying (Y) secara positif dan signifikan. Sedangkan untuk Time Limit (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Impulsive Buying (Y) berdasarkan penelitian oleh Putri Susi Adetya [8]. Secara parsial *live streaming* memiliki pengaruh terhadap minat beli, demikian dengan diskon yang secara parsial juga memiliki pengaruh terhadap minat beli, dan secara simultan *live streaming* dan diskon dapat mempengaruhi minat beli konsumen [9].

Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang desain yang membantu pengguna Shopee dalam menerapkan *overlay* yang menarik dan interaktif untuk *live streaming* mereka. Salah satu bidang bisnis adalah pemasaran digital. Manfaat potensial dari penelitian ini, seperti meningkatkan kualitas produksi *live streaming*, meningkatkan keterlibatan pemirsa, dan meningkatkan peluang bisnis dalam Shopee. Hal ini penting untuk memperkuat kesan profesionalitas pada *live stream* yang sedang berlangsung Dengan merinci latar belakang masalah ini, penelitian penulis akan memiliki dasar yang kuat dan relevan untuk merancang *overlay* untuk *live streaming* Shopee. Selain itu, penulis dapat menjelaskan mengapa penelitian ini penting dalam konteks tren media sosial dan bisnis digital saat ini. Dari penjelasan di atas penulis tertarik mengadakan penelitian dengan judul "Rancangan Desain *Overlay* untuk Live Shopping pada *Marketplace*".

II. METODE PENELITIAN

A. Objek Penelitian

Objek penelitian yang dilakukan adalah cara mendesain suatu *overlay* menggunakan photoshop yang akan digunakan *live shopping* pada suatu *marketplace*. Dalam hal ini penulis menggunakan tema periferal komputer sebagai suatu contoh dari sekian banyak nya genre produk yang biasa di jual.

B. Analisis Sistem yang Berjalan

Pada saat ini penggunaan *overlay* pada penjual di live shopping sangat sedikit. Padahal hal ini dapat membantu penjual untuk memberi info seputar promo atau diskon yang berlaku. Adapun proses-proses prosedur dalam perancangan *overlay* untuk *live stream* tiktok shop.

1. Menyediakan link *overlay* yang sudah jadi untuk para penjual.
2. Membagikan informasi mengenai *overlay* yang bisa di coba dan di unduh.
3. Penjual mengunduh dan mencoba *overlay* untuk digunakan pada kegiatan *live shopping* mereka

C. Masalah yang Dihadapi

Masalah yang di analisis adalah mengenai perancangan *overlay live stream* agar mudah di gunakan adalah sebagai berikut:

Kurang nya informasi cara mendesain *overlay* agar tampil lebih menarik.

Kurang nya penggunaan *overlay* karena tidak tahu cara menggunakannya.

D. Alternatif Pemecahan Masalah

Berdasarkan dari uraian-uraian permasalahan yang ada, penulis akan memberikan alternatif pemecahan masalah antara lain sebagai berikut:

1. Desain *overlay* menggunakan font yang mudah di baca dan berisi promo atau diskon yang sedang berlangsung.
2. Desain yang dibuat sudah dalam bentuk template siap pakai dan dapat di sesuai kan oleh pengguna.
3. Desain yang dibuat disesuaikan dengan dimensi ukuran smartphone pengguna.

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian menggunakan beberapa metode seperti, observasi, studi pustaka, dan metode kuantitatif sebagai aspek yang mendukung dalam hasil akhir penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

   Teknik observasi pada metode penelitian ini melibatkan pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap *overlay* yang sedang ingin di rancang.

2. Studi Pustaka

   Pengumpulan data dilakukan dengan cara mempelajari, meneliti, dan menelaah berbagai literature dari perpustakaan yang bersumber dari buku-buku, jurnal ilmiah, situs internet, dan bacaan lainnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

3. Metode Kuantitatif

Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian yang di dalamnya menggunakan banyak angka. Mulai dari proses pengumpulan data hingga penafsiran nya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Mencari Referensi Desain

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mendorong manusia untuk menggunakan teknologi yang maju, mudah,

dan efisien [11]. Mencari referensi untuk desain *overlay* TikTok adalah langkah penting dalam upaya untuk membuat konten yang menarik dan kreatif di platform tersebut. Hal ini karena Referensi dapat memberikan inspirasi baru dan ide-ide segar untuk desain *overlay* TikTok. Ini membantu dalam menghindari terjebak dalam rutinitas dan menciptakan konten yang lebih menarik.

Dengan melihat referensi dari konten TikTok yang sukses, kita memahami tren terbaru dalam desain *overlay*. Ini memungkinkan untuk terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan platform yang selalu berubah setiap waktu. Orang membeli produk bukan karena kebutuhan, tetapi karena menawarkan gratis ongkos kirim [12]. Referensi dapat membantu dalam memahami standar kualitas yang diharapkan oleh penonton TikTok. Ini sangat membantu dalam memproduksi konten yang lebih profesional dan menarik.

Dalam mencari referensi design, bisa dimulai dengan menjelajahi TikTok dan mencari akun-akun yang menghasilkan konten *overlay* yang bagus. Kita bisa dapat mengikuti akun-akun tersebut untuk terus mendapatkan inspirasi. Cari hashtag yang sedang tren terkait dengan desain *overlay* atau topik konten yang dibutuhkan. Ini akan membantu dalam hal menemukan video-video terbaru yang relevan. Selain TikTok, mencari referensi di platform media sosial lainnya seperti Instagram, Pinterest, Behance dan lainnya. Banyak pembuat konten berbagi cuplikan *overlay* TikTok mereka di platform lain.

Tik Tok merupakan sebuah aplikasi jaringan sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada September tahun 2016 [13]. Banyak pembuat konten TikTok dan desainer grafis juga mengunggah tutorial tentang cara membuat *overlay* yang menarik. Hal ini bisa dipelajari dari tutorial ini dan mengadaptasi nya ke dalam karya desain sendiri. Bergabung lah dengan komunitas TikTok atau grup media sosial yang berfokus pada desain *overlay* TikTok. Ini dapat menjadi tempat yang bagus untuk berbagi ide, mendapatkan umpan balik, dan mendapatkan referensi.

Selama Anda menjaga kreativitas dan terus mencari inspirasi, referensi dapat meningkatkan kualitas dan bisa jadi tolak ukur dari daya tarik konten *overlay* TikTok yang ingin di buat. Ingatlah untuk tetap konsisten dalam memproduksi konten dan berinteraksi dengan audiens untuk membangun basis pengikut yang setia.

Dalam Referensi yang digunakan, Penulis menggunakan dari beberapa referensi Tiktok Shop yang menggunakan metode *green screen* yang mana akan di adopsi untuk desain yang akan dibuat

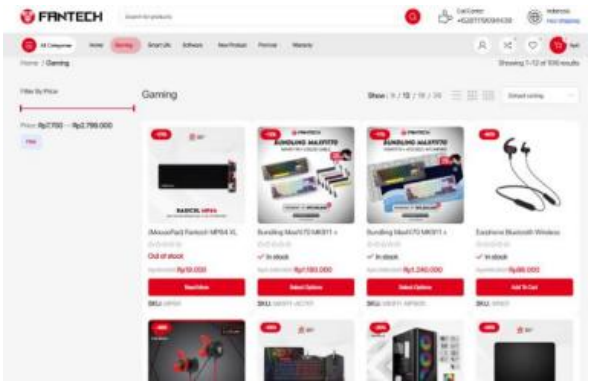


Gambar 1. Referensi untuk *Desain Overlay*

B. Pembuatan Aset

Overlay live stream adalah elemen grafis yang ditempatkan di atas video dan membantu menciptakan tata letak keseluruhan dari siaran langsung [14]. *Overlay* ini dapat berupa kotak, lingkaran, atau bentuk lainnya yang ditempatkan di atas video. Tujuan utama *overlay* adalah untuk menciptakan pengalaman menonton secara *real-time* yang menarik bagi penonton dan pelanggan saat *streamer* membagikan bagian dari siaran langsung.

Sebelum membuat *Overlay*, kita harus mempersiapkan aset dan konsep *overlay* yang akan dibuat. Tema yang dibuat yaitu tentang periferal komputer serta menampilkan barang yang dijual, beberapa promo yaitu gratis ongkos kirim, potongan harga, cashback dan hadiah pembelian. Untuk mendapatkan Aset dari periferal komputer, akan di dapat dari website https://www.fantech.id yang mana di download langsung dan di masking agar mendapat hasil yang bersih.



Gambar 2. Tampilan Website dari Fantech.id

Untuk mempermudah proses crop, gambar yang didownload yang memiliki warna latar belakang sederhana seperti putih polos atau hitam. Hasil gambar yang sudah di download lalu di crop hingga menghasilkan gambar yang transparan. Itu artinya gambar tidak memiliki latar belakang berwarna polos atau gradien. Alat yang digunakan untuk crop gambar bisa menggunakan photoshop lalu setelah selesai di seleksi menjadi objek yang bersih, bisa di *export* ke dalam format png.

Periferal yang di masking cukup banyak tidak hanya case komputer namun juga seperti mouse, headset, mic, gamepad, dan cooling pad. *Tools* Photoshop yang digunakan pada pembuatan aset agar menjadi transparan di antaranya: *Pen Tool, Magic Wand Tool, Lasso Tool, Quick Selection Tool.* Setiap alat dan teknik memiliki kelebihan dan

kekurangannya tergantung pada kompleksitas objek yang ingin di crop. Untuk proses pemotongan nya penulis

menggunakan beberapa tools yang sesuai aset yang di unduh.



Gambar 3. Tampilan Website dari Fantech.id

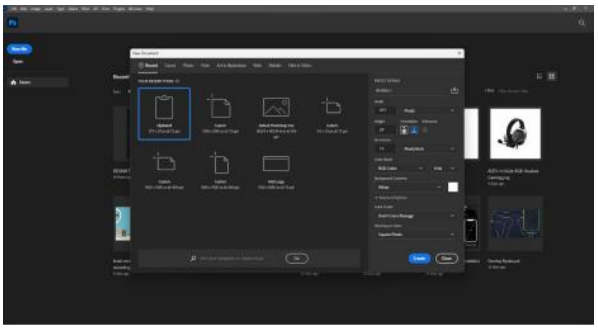
Setelah membuat aset untuk produk, perlu di siapkan sebuah *software* yang akan di gunakan untuk mendesain suatu *overlay*. Software yang akan di gunakan kali ini adalah adobe photoshop 2022 karena *software* ini sudah industri standar dan sangat mumpuni.

C. Tampilan Kerja Adobe Photoshop

Tampilan aplikasi Adobe Photoshop adalah antarmuka pengguna (UI) yang digunakan oleh pengguna untuk berinteraksi dengan perangkat lunak Photoshop, yang merupakan salah satu alat terkemuka dalam dunia pengeditan gambar dan desain grafis. Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif, dan keterampilan visual, termasuk tipografi, pengolahan gambar, dan page layout[10]. Berikut adalah beberapa komponen utama dalam tampilan aplikasi Photoshop:

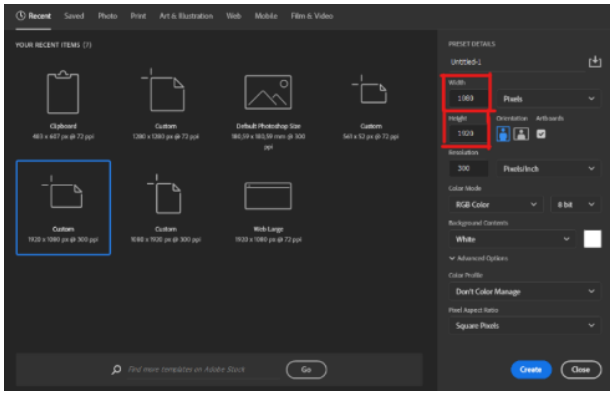
1. *Toolbar*: Ini adalah bagian paling terkenal dari tampilan Photoshop. *Toolbar* berisi berbagai alat (*tools*) yang digunakan untuk mengedit gambar, seperti alat seleksi, kuas, pena, cetakan, dan banyak lagi. User memilih alat yang sesuai dengan tugas yang ingin dilakukan.
2. *Panel Layers*: *Panel Layers* adalah tempat mengatur lapisan gambar. Dalam Photoshop, gambar sering kali terdiri dari banyak lapisan yang dapat diedit secara terpisah. User dapat mengubah urutan, mengelompokkan, atau menerapkan efek ke lapisan-lapisan ini.
3. *Panel Properties*: Ini adalah panel yang menampilkan pengaturan dan properti yang berhubungan dengan objek atau lapisan yang saat ini dipilih. Misalnya, jika memilih teks, panel ini akan menampilkan warna, font dan ukuran.
4. *Panel Adjustments*: Panel ini berisi berbagai penyesuaian yang dapat lakukan pada gambar, seperti penyesuaian warna, tingkat, kurva, dan banyak lagi. Ini memungkinkan untuk mengubah penampilan gambar tanpa merusak data asli.
5. *Panel History*: Panel ini mencantumkan langkah-langkah yang telah diambil selama sesi pengeditan. Hal ini memungkinkan untuk menggulir kembali atau menghapus langkah-langkah tertentu.
6. *Panel Libraries* dan *Assets*: Panel ini digunakan untuk mengakses berbagai elemen seperti swatch warna, gambar, atau objek yang dapat digunakan dalam proyek.
7. Area Kerja (*Canvas*): Area kerja adalah tempat gambar yang sebenarnya ditampilkan dan diedit. Ini adalah bagian tengah antarmuka dan tempat untuk melihat gambar yang sedang Anda kerjakan.
8. *Menu Bar*: Di bagian atas tampilan, ada menu bar yang berisi berbagai menu drop-down yang memberikan akses ke fungsi-fungsi Photoshop seperti File, Edit, Image, dan lain-lain.
9. *Status Bar*: *Status bar* biasanya terletak di bagian bawah tampilan dan memberikan informasi tentang gambar yang sedang Anda edit, seperti ukuran file, resolusi, dan mode warna.

Tampilan Photoshop dirancang untuk mendukung berbagai jenis tugas dalam pengeditan gambar dan desain grafis, mulai dari *retouching* foto hingga pembuatan ilustrasi dan desain poster yang kompleks. Antarmuka yang kaya fitur ini memberikan pengguna banyak alat dan fleksibilitas untuk menghasilkan hasil yang berkualitas.



Gambar 4. Tampilan *Home* pada Adobe Photoshop

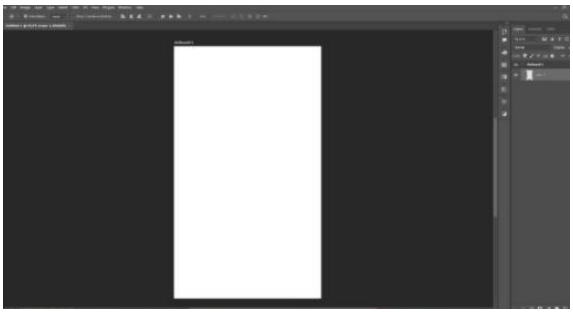
Berdasarkan kebutuhan desain yang akan dibuat, *overlay* akan berukuran 1080 x 1920 berukuran vertikal yang dibuat untuk pengguna smartphone. Hal ini sangat ideal mengingat mayoritas penonton *live stream*.



Gambar 5. Tampilan Home pada Adobe Photoshop

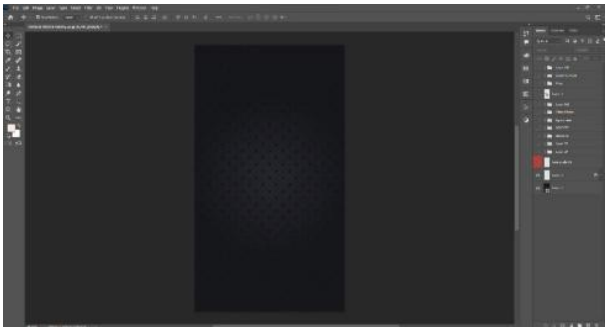
Selanjutnya setelah membuat projek baru dengan ukuran 1080 x 1920 tampilan akan berwarna putih polos.

Selanjutnya membuat design background sesuai dengan tema.



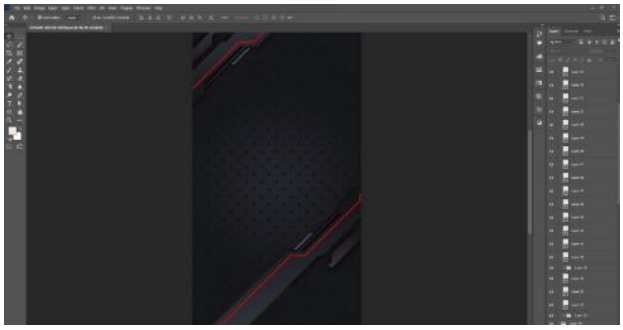
Gambar 6. Tampilan Lembar Kerja Adobe Photoshop

Tema yang di usung menggunakan konsep gaming karena sesuai dengan produk yang akan dijual yaitu periferal gaming. Karena hal ini penulis memutuskan menggunakan design dengan pewarnaan hitam dengan aksen merah sebagai ciri khas dari produk yang dijual



Gambar 7. *Background* Hitam *Overlay*

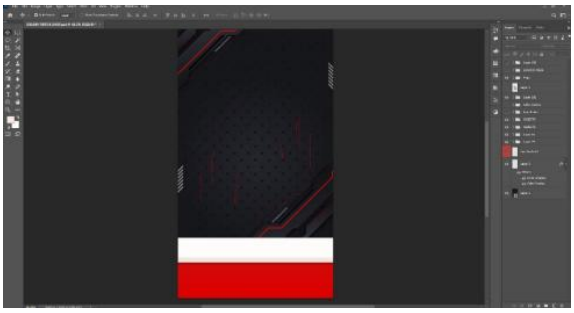
Pada desain menggunakan gradien dan pola lingkaran serta menggunakan aksen merah sebagai ciri khas dari tema toko tiktok shop yang di usung. Desain yang dibuat untuk set studio yang menggunakan *green screen* dan sudah memasukan unsur promosi yang sedang berlangsung.



Gambar 8. *Background* untuk *Overlay*

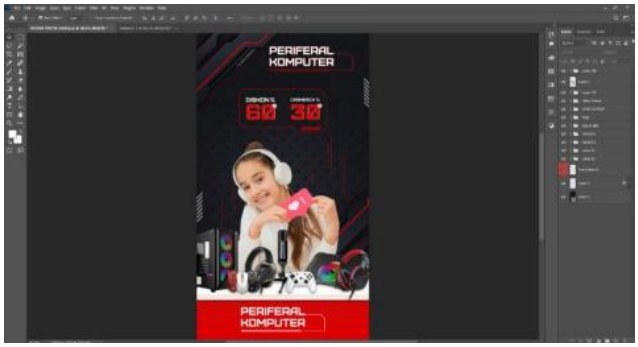
Pada gambar ini merupakan sebuah background yang menggunakan kombinasi pola dan gradien gelap.

Untuk penempatan posisi pada periferal nya, dibutuhkan tempat untuk meletakan nya agar tersusun rapih. Selanjutnya pembuatan meja pada background yang sudah di buat. Hal ini dimaksudkan untuk penempatan asset



Gambar 9. Tampilan Meja untuk menampilkan produk

Pada gambar ini merupakan sebuah gambaran meja buatan untuk menampilkan produk yang sedang dijual. Proses selanjutnya yaitu Pada proses penempatan nya harus di atur besar kecil nya suatu objek agak terlihat proporsi dan tidak besar sebelah. Serta tempat kan layer host di belakang periferal komputer agar tidak menutupi.



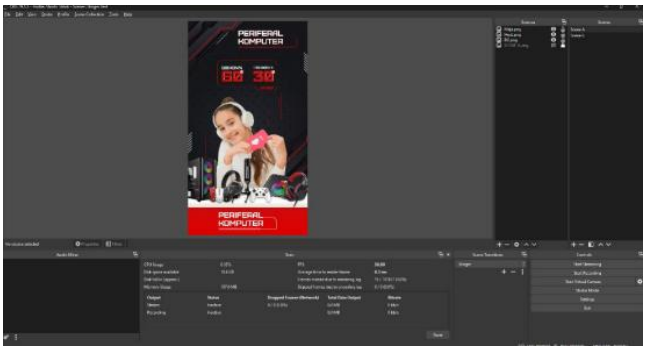
Gambar 10. Host di belakang periferal komputer

D. Proses Export Hasil Desain

Hasil *export* pada hasil design diatas dibagi menjadi 2 png yang berbeda yaitu *export* bagian meja dan bagian background. *Export* pada Photoshop adalah proses menyimpan atau mengeluarkan file dari program Photoshop ke dalam format tertentu, dalam hal ini akan di *export* ke png.

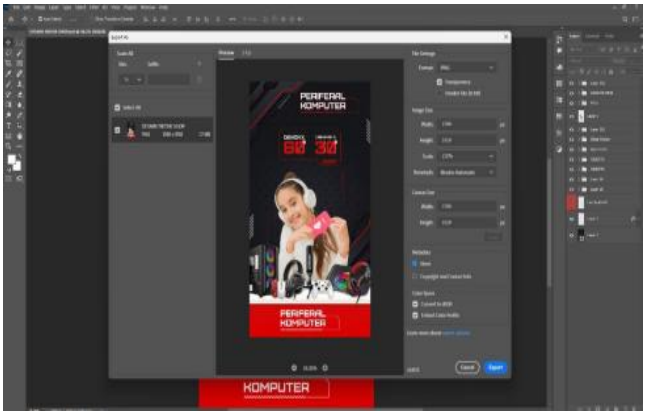
Berikut adalah beberapa hal yang dapat dilakukan dengan fitur *export* pada Photoshop:

1. Pilih menu *File* > *Export* > *Export As*.
2. Pilih format file yang diinginkan seperti PNG, JPEG, GIF, dan lain-lain.
3. Atur pengaturan tambahan seperti ukuran, kualitas, dan lain-lain.
4. Klik *Export* untuk menyimpan file dan pilih folder penyimpanannya



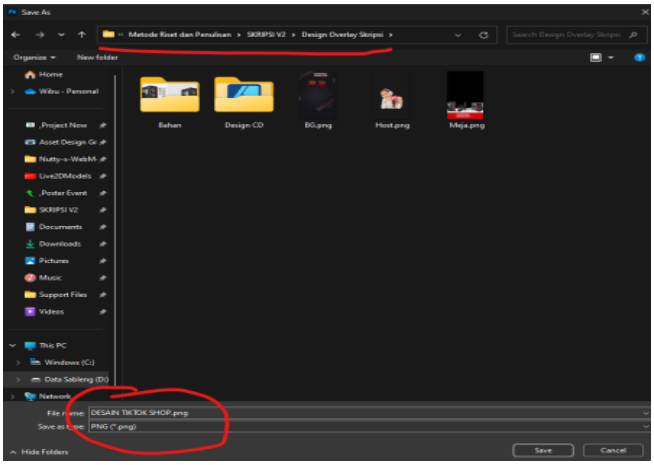
Gambar 11. Langkah nomor 1 dalam *export* ke png

Sesuai dengan ruang lingkup yang sudah dibahas, hasil yang akan di *export* adalah dalam format png. Hal ini dilakukan karena png format yang umum di gunakan.



Gambar 12. Proses *export* ke png

Setelah di *export* selanjut nya adalah penempatan folder yang di tuju untuk menyimpan file yang akan di *export*. Hal ini dimaksudkan agar penempatan rapih dan mudah di cari oleh penjual ketika ingin melakukan live stream di Tiktok Shop.

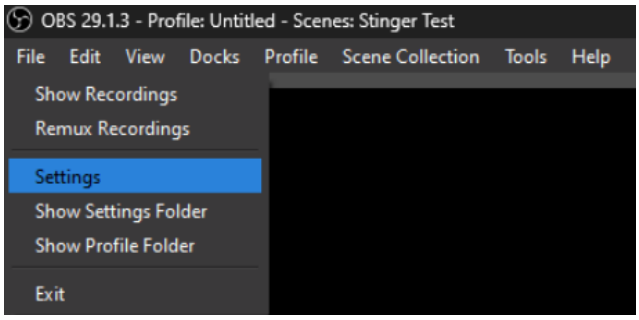


Gambar 13. Penempatan folder yang dituju

E. Setting pada OBS

OBS adalah singkatan dari "Open Broadcaster Software." Aplikasi *Open Broadcast Software* adalah aplikasi yang berupa *video recording* dan *live streaming* yang mudah diakses dan free[11]. Sebelum melakukan siaran langsung pastikan untuk setting OBS nya agar bisa bekerja dengan baik dan tidak terjadi masalah teknis. Berikut adalah Setting yang bisa di gunakan untuk siaran langsung tiktok shop :

1. Pada menu *setting*, pilih Video. Atur *base* dan *canvas* pada ukuran 1080x1920 dengan 30 FPS.
2. Pada *Output*, *Video Streaming* diubah ke 2500 Kbps.
3. Pada *Audio*, *disable* semua *Global Audio device* lalu klik tombol *Apply* dan OK.



Gambar 14. Menu File pada OBS

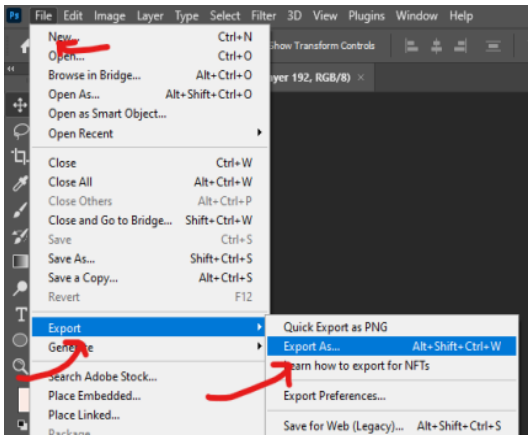
F. Penerapan Overlay pada OBS

Penerapan *overlay* pada OBS dimaksudkan agar desain yang sudah kita buat bisa di gunakan untuk *live stream* tiktok shop. Berikut adalah langkah-langkah untuk menerapkan *overlay* ke OBS:

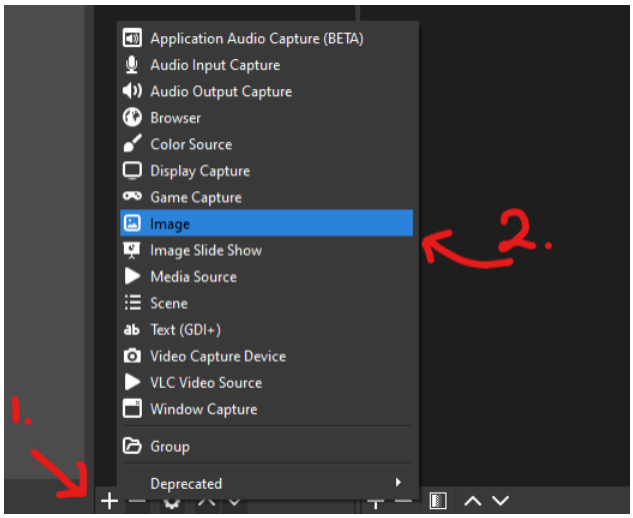
Siapkan *overlay* yang ingin digunakan dalam *scene*[12].

Buka OBS dan pastikan *scene* yang akan digunakan sudah benar

1. Klik tombol "+" di bawah bagian *Sources* pada OBS dan pilih *Image*.
2. Pilih file *overlay* yang ingin digunakan dan klik OK.
3. Atur posisi dan ukuran *overlay* dengan mengklik dan menarik *overlay* pada tampilan preview OBS.
4. Lakukan hal yang sama untuk memuat gambar meja di dalam *scene* yang sama.
5. Masukan *Input Mic* agar suara host bisa di dengar pada siaran langsung dengan cara klik tombol “+” di bawah bagian source lalu pilih *Audio Input Capture*.
6. Pilih mic yang ingin di gunakan, jika punya mic tambahan pilih mic tersebut.

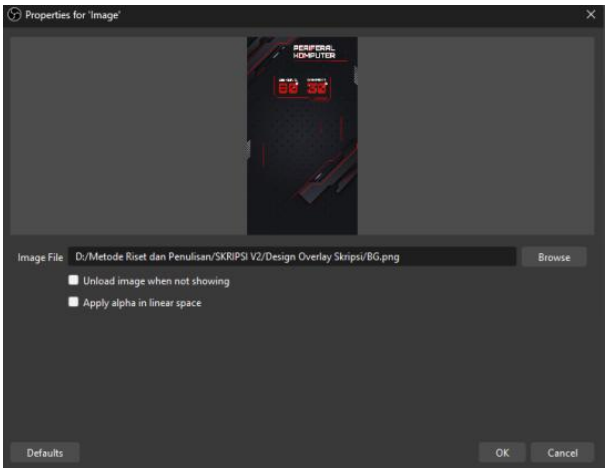


Gambar 15. Menambahkan Gambar pada OBS



Gambar 16. Memuat *Overlay* pada *file explorer*

Pada Gambar ini merupakan sebuah proses dalam menambahkan *image* atau gambar pada OBS. Lakukan hal yang sama pada gambar lainnya seperti gambar etalase produk yang ingin dijual.



Gambar 17. Tampilan OBS jika semua sudah ditampilkan

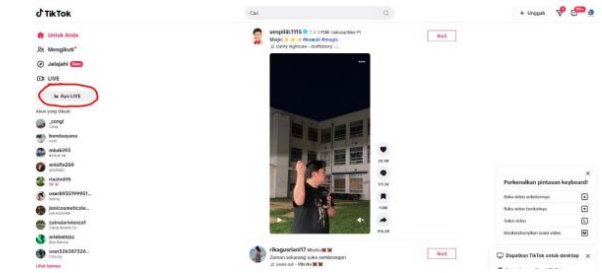
Pada Gambar ini merupakan full penampilan pada OBS jika semua *overlay* sudah di tampilkan dan sudah siap pakai.

G. Live Stream ke Tiktok Shop

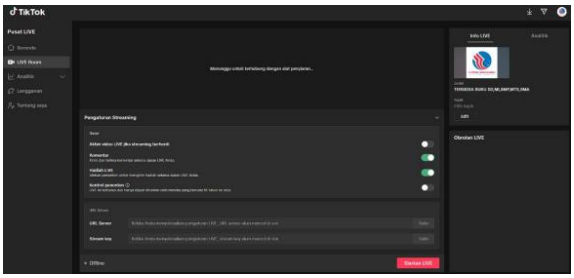
TikTok Shop adalah fitur belanja yang dapat diakses langsung di platform TikTok. Pada saat efektivitas pemasaran tradisional mengalami penurunan, metode baru dalam dunia pemasaran mengalami pertumbuhan yang signifikan[13]. Fitur ini memungkinkan pedagang, merek, dan kreator untuk menampilkan dan menjual produk secara langsung di aplikasi TikTok. Melihat banyaknya pengguna aktif di TikTok, aplikasi ini dapat menjadi media sosial yang potensial bagi pemasar untuk mendekati dan menarik konsumen. TikTok sedang trend di kalangan remaja dan dewasa sehingga pemasar (marketer) maupun pebisnis memanfaatkannya sebagai media promosi produk[14]. Dari OBS setelah sudah di setting dan *overlay* sudah di terapkan, maka yang dilakukan adalah *live* ke akun tiktok. Berikut adalah beberapa langkah untuk melakukan setting OBS untuk TikTok Shop:

1. Buka website TikTok kamu dan pilih opsi "*LIVE*". Pastikan sudah login akun tiktok.
   Pilih "*Copy Stream URL*" dan "*Copy Stream Key*" untuk digunakan di OBS.
2. Buka OBS Studio dan pilih menu "*Settings*" pada OBS dan pilih opsi "Stream".
3. Pilih "*Custom Streaming Server*" pada opsi "*Stream Type*".
4. Masukkan URL dan *Stream Key* yang sudah kamu copy dari aplikasi TikTok
5. Klik "OK" untuk menyimpan pengaturan.
6. Lalu mulai *live stream* dengan klik tombol “Start Streaming”

Dalam melakukan setting OBS untuk TikTok Shop, pastikan sudah memiliki akun TikTok dan mengunduh aplikasi TikTok di smartphone. Selain itu, pastikan juga kamu sudah memiliki *overlay* yang ingin digunakan dan menambahkan sumber video yang ingin digunakan di OBS.



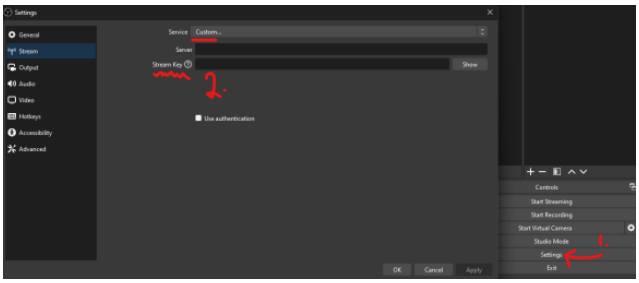
Gambar 18. Tampilan awal tiktok.com saat dibuka pada komputer



Gambar 19. Tampilan Tiktok *Live Room*

Setelah berhasil masuk ke *live room*, bisa mensetting judul, *thumbnail*, dan deskripsi. Hal ini juga harus di setting agar sesuai dan relevan dengan hari atau event tertentu.

Pada Layar akan muncul pop-up dan memilih suatu kategori untuk *live*, pilih kategori berbelanja lalu klik "OK". Pada layar muncul kode unik yang bernama *URL Server* dan *Stream Key*. Salin kode tersebut kedalam OBS dengan cara klik setting lalu pilih stream. Salin dan tempel kode tersebut kedalam OBS lalu klik "*apply*" dan "OK".

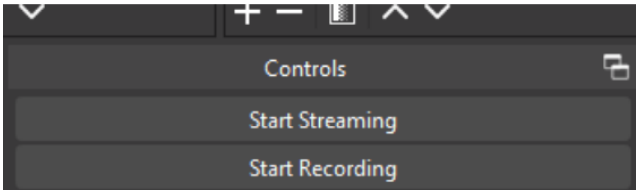


Gambar 20. Tampilan Setting bagian stream

Pada Gambar ini merupakan full penampilan pada OBS pada setting bagian stream. Kode tersebut harus terisi dibagian tersebut.

Kode unik tersebut berisi serangkaian pesan yang mengatakan bahwa *live* akan dilakukan pada akun sendiri, tidak menuju akun tiktok shop orang lain. Hal ini artinya Tiktok sudah memikirkan langkah pencegahan agar *live* pada toko kita tidak bisa dibajak oleh orang yang tidak bertanggung jawab. Hal ini pun menjadi hal yang harus diperhatikan bahwa kode tersebut tidak boleh di sebar sembarangan.

Langkah yang terakhir yaitu menekan tombol "*start stream*" yang memberi perintah untuk memulai live stream ke akun tiktok shop kita. Sebelum memulai jangan lupa untuk memeriksa seperti *green screen* yang tidak bocor, audio mic menyala, dan etalase pada keranjang yang sudah di atur untuk live.



Gambar 21. Tombol Start Streaming

Dalam Live stream bertindaklah dengan sopan agar tidak melanggar aturan yang bertentangan dengan regulasi Tiktok Shop. Seperti tidak berkata kasar, marahmarah, memberi informasi yang berlebihan terhadap suatu produk, dan lain sebagainya.

E. Hasil Pengujian UAT (User Acceptance Test)

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data premier dan sekunder dalam suatu penelitian[15]. Setelah tahapan penelitian langkah selanjutnya merupakan tahap pengujian terhadap desain *overlay* untuk live shopping. Penulis menggunakan kuesioner untuk mengetahui layak atau tidaknya aplikasi untuk dijadikan sebagai *overlay* yang layak. Terdapat 55 responden yang telah mengisi kuesioner penelitian. Berikut gambar hasil evaluasi responden:

No	Pertanyaan Soal	Jawaban					Persentase(Hasil Jumlah Responden dikali (x) 100)				
		Score Pilihan					Nilai (%)				
		A	B	C	D	E	A	B	C	D	E
1	Seberapa jelas Desain overlay pada Gambar di atas ?	14	31	7	3	0	25,5%	56,4%	12,7%	5,5%	0%
2	Apakah promo seperti diskon atau potongan harga Terlihat pada Desain tersebut ?	15	18	5	17	0	27,3%	32,7%	9,1%	30,9%	0%
3	Apakah dengan desain seperti ini membuat anda tertarik untuk memperhatikan / Menyimak live nya ketika berlangsung	15	32	8			27,3%	58,2%	14,5%		
4	Seberapa mudah Anda mengingat merek dan produk setelah melihat Desain tersebut ini?	11	16	18	9	1	20%	29,1%	32,7%	16,4%	1,8%
5	Pada skala 1 hingga 5, seberapa efektif Desain overlay dalam menarik perhatian Anda?	8	22	20	3	2	14,5%	40%	36,4%	5,5%	3,6%
Persentasi Jawaban		63	119	58	32	3	22,9%	43,3%	21,1%	11,6%	1,1%
Total Score dan Responden		275					100% (55 Orang)				

Gambar 22. Hasil Kuesioner

Hasil kesimpulan yang penulis dapatkan dari analisis pertanyaan diatas, lalu dengan perhitungan di dapatkan hasil 55%. *Overlay* untuk live shopping pada *marketplace* tersebut dinilai cukup dalam menyajikan suatu promo atau diskon yang sudah dibuat. Hasil yang didapat pun memiliki desain visual dan tingkat penyorotan produk yang sudah tepat, penyampaian informasi bersifat persuasif yang tersampaikan, membuat penilaian terhadap produk sangat baik membuat tingkat efektivitas yang cukup tinggi untuk digunakan sebagai *branding ads*.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti melalui analisis yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal mengenai perancangan desain *Overlay* untuk *Live shopping* pada *marketplace*.

1. Pada dasarnya semua aplikasi desain yang tersedia dapat digunakan untuk mendesain *Overlay* namun penulis ingin menggunakan Photoshop di karena kan sudah industri standar.
2. Melalui cara yang sudah di jabarkan penulis, desain dapat di mulai dengan mendesain *background* yang pas dengan tema barang yang akan di jual.
3. Penerapan *Overlay* dapat dilakukan dengan bantuan OBS dimana desain, host dan audio di masukan ke dalam aplikasi ini.
4. Dalam pembuatan Desain suatu *Overlay* dapat diselesaikan dalam kurang dari 1 minggu.
5. Hasil dari kuesioner dimana responden menilai *Overlay* yang dibuat menghasilkan kesimpulan bahwa *Overlay* cukup bisa di gunakan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas tersebut, maka peneliti dapat memberikan masukan atau saran-saran sebagai berikut:

1. Desain yang telah di usulkan dapat dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yang ada di ruang lingkup dagangan

penjual dan dapat di terap kan pada promo yang sedang berlangsung.

2. Desain dan metode *Live Shopping* pada *marketplace* bisa di per lengkap ke ranah smartphone serta dilakukan dengan aplikasi selain yang ada di komputer.
3. Dalam penelitian selanjutnya dapat membuat desain yang sesuai dengan toko atau brand yang sedang di teliti.

DAFTAR PUSTAKA

[1] D. Ruchyat, "Pengembangan Media Game Berbasis RPG Maker MV untuk Meningkatkan Pengetahuan Flora dan Fauna Siswa SMP," Vol. 5, no. 2, pp. 130-135, Juli 2023.

[2] A. Supriyanto, I. F. Chikmah, K. Salma, dan A. W. Tamara, "Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?, vol. 1, no. 1, pp.2, Mei 2023.

[3] Z. Wafda Syamila dan N. Dian Natashia, "Analisis Pemilihan *Marketplace* Terbaik pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW), Technique for Others Reference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) dan Weighted product (WP)," *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi)*, Vol. 5, no. 2, pp. 153-163, April 2021.

[4] Yeni, W., Christina, D. S. N., Fera, L., & Galuh, P, "Analisis Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Perjalanan Belanja Dimasa Pandemi Covid-19". Vol. 3, no.2, pp. 25-31, Juli 2022.

[5] Z. Muzamaroh and N. M. Aestetika, "Strategi Pemasaran Malaikamoza Melalui Live Streaming Tiktok Shop Malaikamoza's Marketing Strategy Through Tiktok Shop Live Streaming," pp. 1–10, 2023, [Online]. Available: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/01/11/10-negara-pengguna-tiktok-terbesar-di-

[6] A. Ayu, P. Sari, M. Alhada, and F. Habib, "Strategi Pemasaran Menggunakan Fitur Shopee Live Streaming Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen (Studi Kasus Thrift Shop di Kabupaten Tulungagung)," *J. Ilm. Wahana Pendidik.*, vol. 9, no. 17, pp. 41–58, 2023, [Online]. Available: https://doi.org/10.5281/zenodo.8280759.

[7] N. Rahmah, "Pengaruh Live Streaming Penjualan, Hastag dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli Pakaian Di Tiktok Shop (Studi Kasus Pada Konsumen Di Solo Raya)," pp. 1–14, 2023, [Online]. Available: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/

[8] P. S. Adetya, "Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Time Limit Terhadap Perilaku Implusive Buying Pada Pembelian Online Di Aplikasi Tiktokshop Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Pengguna Tiktokshop di Kota Bandar Lampung)," pp. 1–23, 2016.

[9] Ilham Ramadhan, *Pengaruh Live Streaming Dan Diskon Terhadap Minat Blei Konsumen Shopee Pda Mahasiswa Jambi*. 2024.

[10] Engga, J., Nurmajdina, Rizka, F. N. S. C., Ryan, R., Fawaz, F., "Penyuluhan Optimasi Tiktok Shop Bagi Pelaku Ukm Di Kelurahan Ulujami". Vol. 1, no.1, pp. 51-57, April 2023.

[11] L. Stianingsih, R. Tullah, S. Maisaroh, dan M. Nurhasanah, "Aplikasi E-commerce Herbal Binasyifa Berbasis Android Menggunakan Framework Flutter," Vol. 5, no.1, pp. 33-39, Januari 2023.

[12] R. N. Rahmawati dan D. Anggraheni, "'Shopee' Advertisement: A Dream Beyond Reality," *Journal of English Literature, Linguistic, and Education*, Vol. 3, no. 1, pp. 32–41, Februari 2022.

[13] P. N. Rahmana, D. A. Putri N, dan R. Damariswara, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Edukasi Di Era Generasi Z," *Akademika*, Vol. 11, no. 02, pp. 401–410, Des 2022.

[14] Canva Team "Pembuat dan Editor *Overlay* Twich online Gratis", 3 Februari 2020, [ONLINE]. Tersedia : http://www.canva.com/id-id/membuat/twitch_*overlay*s [Diakses "8 September 2023]

[15] A. Purmadi, "Pengaruh Media Desain Grafis Berbasis Adobe Photoshop Terhadap Kreativitas Belajar Siswa," Vol. 3, no. 1, pp. 13-17, Mei 2019.

[16] A. Qorib dan H. S. Zaniyati[2], "Penggunaan Open Broadcast Software Studio Dalam Mendesain Video Pembelajaran Era Pandemi," Vol. 12, no. 1, pp. 89–92, Maret 2021.

[17] Agustinus, S., Syaipul, R., Siti, A., "Film Animasi 3d "Pemuda Yang Hatinya Bergantung Pada Masjid"". Vol. 13, no. 1, pp. 23-29, Januari 2021.

[18] P. M. Putri dan R. A. Marlien, "Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online," *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, Vol. 5, no. 1, hlm. 25–36, Jan 2022.

[19] M. Hafif Rafi Andhika, R. Erland Hamzah, M. Pasaribu, dan C. Eka Putri Unviversitas Moestopo, "Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi @suasanakopi," Vol. 2, no. 2, pp. 107-118, Desember 2022.

[20] T. Hidayat dan D. S. Canta, "Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi Tokopedia dengan Menggunakan Metode TAM," *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, vol. 9, no. 2, hlm. 472, Apr 2022.