

Daftar Isi

Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Prakata.....	iv
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar.....	xii
Intisari	xiv
Abstract	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan dan Manfaat	9
1. Tujuan	9
2. Manfaat	9
BAB II TINJAUAN DAN KERANGKA TEORI.....	11
A. Tinjauan Pustaka	11
B. Landasan dan Pendekatan Teori	18
1. Eksploitasi Visual	18
2. Sintaksis	24
3. Kode	26
4. <i>Mise-en-scene</i>	27
4.1 Setting/Set Panggung	29
4.2 Kostum dan Tata Rias	30
4.3 Tata Cahaya.....	31
4.4 Pementasan: Pergerakan dan Pergelaran aktor (akting).....	33
5. Iklan dalam YouTube.....	35
6. Kaum Laki-laki Generasi Z.....	39
6.1 Kehadiran Generasi Z	39
6.2 Laki-laki dalam Generasi Z.....	46
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	49
A. Prosedur dan Tindak Penelitian	49
1. Populasi.....	50

2.	Metode Pengambilan Data	51
3.	Metode Analisis Data	52
a.	Bentuk/ <i>Form</i>	52
b.	Gaya Penyajian/ <i>Style</i>	54
c.	Konteks/ <i>Context</i>	54
BAB IV SHOPEE MEN SALE DALAM YOUTUBE		55
A.	Shopee	55
B.	Shopee Men Sale	56
C.	Iklan YouTube Shopee Men Sale	57
1.	Shopee 8.8 Men Sale Baju Bola Sampai Action Figure, Pasti Ada!	59
2.	Shopee 2.2 Men Sale Bersama Peem	78
BAB V VISUALITAS GENERASI Z MELALUI <i>MISE EN SCENE</i>		89
A.	<i>Mise en scene</i> dan Realitas Iklan Shopee Men Sale	89
1.	Generasi Z dalam <i>Mise en scene</i> Shopee 8.8 Men Sale 2019	90
1.1.	<i>Scene 1</i> Shopee 8.8 Men Sale: Smartphone dalam genggamannya	90
a.	Shopee dalam Ponsel Pintar sebagai set panggung	90
b.	Tanpa kostum hanya tangan pria	91
c.	Cahaya <i>Soft Style</i> pada tangan dan jari	91
d.	Akses Shopee melalui genggamannya ponsel aktor	92
1.2.	<i>Scene 2</i> Shopee 8.8 Men Sale: Sepak bola bagi setiap laki-laki	93
a.	Galeri Sepak bola sebagai Set panggung	93
b.	Kasual dan Kostum Sepak Bola dengan wajah tegas	95
c.	<i>Low Key</i> dan <i>High Key</i> untuk aktor dan panggung	95
d.	Olahraga Sepak Bola dan Shopee dalam genggamannya	96
1.3.	<i>Scene 3</i> Shopee 8.8 Men Sale: Pahlawan Super sebagai gairah	98
a.	Aksesoris Pahlawan dan mainan sebagai set panggung	98
b.	Cosplay dan riasan karakter fiksi	99
c.	<i>Top Light</i> pada Aktor dan <i>Practical Light</i> pada panggung	100
d.	<i>Cosplay</i> dengan segala atribut fiksi dalam genggamannya Shopee	101
1.4.	<i>Scene 4</i> Shopee 8.8 Men Sale: Perhatian pada gaya busana	103
a.	Varian Sepatu dalam galeri sebagai set panggung	103
b.	Kasual dan <i>sneakers</i> dengan wajah cerah untuk pria	104
c.	Cahaya cerah demi Sepatu dan aktor	105
d.	Semua Sneakers ada di Shopee	105

1.5.	<i>Scene 5</i> Shopee 8.8 Men Sale: Permainan untuk Laki-laki	107
a.	Ruangan bermain gim sebagai set panggung	108
b.	Kostum kasual dengan teknologi virtual di mata	108
c.	<i>Low Key</i> agar terlihat warna-warni merah, hijau, dan biru	108
d.	Menyelam ke dalam dunia digital Bersama Shopee.....	109
1.6.	<i>Scene 6</i> Shopee 8.8 Men Sale: Otomotif untuk semua laki-laki ...	111
a.	Bengkel dan modifikasi motor sebagai set panggung	111
b.	Jaket untuk Kostum dan riasan natural.....	112
c.	Practical lamp dan pencahayaan hasil simulasi digital.....	112
d.	Setiap pria punya selera otomotif bersama Shopee	113
1.7.	<i>Scene 7</i> Shopee 8.8 Men Sale: Shopee dalam genggaman	115
a.	Ruangan luas sebagai set panggung	115
b.	Beragam Kostum dan Tata Rias karakter.....	115
c.	Pencahayaan cerah sehingga setiap subjek terlihat jelas.....	116
d.	Siapa pun selalu Bersama Shopee	116
1.8.	<i>Scene 8</i> Shopee 8.8 Men Sale: Kampanye Men Sale 2019.....	117
a.	Ragam tulisan dan ponsel pintar sebagai latar Panggung	118
b.	Tidak ada kostum dan tata rias	118
c.	<i>Digital simulated lighting</i> tanpa cahaya <i>off screen</i>	118
d.	Tidak ada pergerakan dan aktor	118
2.	Visualitas dalam <i>Mise en scene</i> Shopee 2.2 Men Sale 2021.....	119
2.1.	<i>Scene 1</i> Shopee 2.2 Men Sale: Peem Idola laki-laki.....	119
a.	Studio dansa Shopee sebagai set panggung	120
b.	Kostum dan Tata Rias	120
c.	Cahaya cerah dan practical lamp demi aktris dan properti	120
d.	Ekspresi Bahagian berkat Shopee	121
2.2.	<i>Scene 2</i> Shopee 2.2 Men Sale: Peem idola laki-laki	125
a.	Galeri kosong Shopee sebagai set panggung	125
b.	Lebih bebas dengan busana minim serta wajah natural	125
c.	Cahaya cerah cocok untuk bahagia bersama Shopee	126
d.	Kebahagiaan perempuan bersama Shopee	127
2.3.	<i>Scene 3</i> Shopee 2.2 Men Sale: Bersepeda sebagai identitas	127
a.	Galeri sepeda sebagai set panggung.....	128
b.	Bersepeda dengan busana minim & dan riasan natural.....	128

c.	<i>High key</i> dengan balutan Strip light pada produk	128
d.	Ekspresi dan tarian kebahagiaan bersama produk Shopee.....	129
2.4.	<i>Scene 4</i> Shopee 2.2 Men Sale: Jaket & Sepatu untuk Laki-laki ...	131
a.	Galeri busana sebagai set panggung.....	131
b.	Busana minim tetap terbaik tanpa riasan mencolok.....	131
c.	<i>Strip light</i> sebagai penegas medium produk.....	132
d.	Ekspresikan wajah terbaik Bersama Shopee	132
2.5.	<i>Scene 5</i> Shopee 2.2 Men Sale: Kampanye Men Sale 2021	133
a.	Ragam tulisan kampanye 2.2 <i>Men Sale</i> sebagai set panggung .	134
b.	Tidak ditemukan Busana & Tata Rias.....	134
c.	Melalui cahaya rekayasa digital tanpa adanya lampu autentik .	134
d.	Tidak ada pergerakan mau pun akto atau pun aktris.....	134
B.	Nilai dan Citra Sosial Laki-laki Generasi Z.....	135
BAB VI EKSPLOITASI VISUALITAS LAKI-LAKI GENERASI Z.....		
A.	YouTube Bagi Generasi Z di Indonesia.....	139
B.	Generasi Z di Dalam Iklan Shopee Men Sale	143
1.	Shopee 8.8 Men Sale: Hiburan YouTube Star	144
2.	Shopee 2.2 Men Sale: Generasi TikTok	146
C.	Eksploitasi Visual Pengalaman Digital Laki-laki Generasi Z.....	150
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN		
A.	Kesimpulan	153
B.	Rekomendasi	155
Kepustakaan		156