

Satir dan Representasi Budaya Pop dalam Kolaborasi The Simpsons X Balenciaga

Kahlaa Aisya Vianny¹, Gregorius Genep Sukendro^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: kahlaaaisyav@gmail.com

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: geneps@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2025, revisi tanggal : 25-01-2026, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2026

Abstract

This study analyzes the satirical representation in The Simpsons x Balenciaga collaboration through visual analysis and semi-structured interviews. The background of the research stems from the increasingly widespread collaboration between popular culture and the fashion industry in the digital era, where animated media is used as a medium for branding and social commentary. The aim of the study was to understand how satirical humor and Balenciaga's brand identity are constructed through visual elements, and how audiences interpret these messages. The research method used qualitative content analysis with a focus on visual symbols, color, composition, and character gestures, supplemented by interviews with three informants from diverse backgrounds to enrich perspectives. The results show that Balenciaga maintains its visual identity through oversized silhouettes, monochrome colors, and avant-garde aesthetics, while The Simpsons presents satirical humor to critique social status, symbolic authority, and body standards in the fashion industry. Audience interpretations varied: some deeply grasped the social critique, some only saw the comedic elements, while others highlighted the brand's communication strategy. In conclusion, this collaboration demonstrates that popular media can be both a space for brand representation and a means of social commentary, with meanings open to diverse audience interpretations.

Keywords: *decoding audiens, representasi visual, satire*

Abstrak

Penelitian ini menganalisis representasi satir dalam kolaborasi The Simpsons x Balenciaga melalui pendekatan analisis visual dan wawancara semi-terstruktur. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena kolaborasi antara budaya populer dan industri fashion yang semakin marak di era digital, di mana media animasi digunakan sebagai medium branding sekaligus komentar sosial. Tujuan penelitian adalah memahami bagaimana humor satir dan identitas brand Balenciaga dibangun melalui elemen visual, serta bagaimana audiens menafsirkan pesan tersebut. Metode penelitian menggunakan analisis isi kualitatif dengan fokus pada simbol visual, warna, komposisi, dan gestur karakter, dilengkapi wawancara dengan tiga informan dari latar belakang berbeda untuk memperkaya perspektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Balenciaga mempertahankan identitas visualnya melalui siluet *oversized*, warna monokrom, dan estetika *avant-garde*, sementara *The Simpsons* menghadirkan humor satir untuk mengkritisi status sosial, otoritas simbolik, dan standar tubuh dalam industri mode. Interpretasi audiens beragam: sebagian menangkap kritik sosial secara mendalam, sebagian hanya melihat unsur komedi, sementara lainnya menyoroti strategi komunikasi merek. Kesimpulannya, kolaborasi ini memperlihatkan bahwa media populer dapat menjadi ruang representasi brand sekaligus sarana komentar sosial, dengan makna yang terbuka bagi beragam interpretasi audiens.

Kata Kunci: penguraian pesan audiens, representasi visual, satir

1. Pendahuluan

Perkembangan budaya visual di era digital telah mendorong semakin intensnya kolaborasi antara industri hiburan dan industri fesyen. Media populer tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang strategis bagi *brand* untuk membangun identitas, memperluas jangkauan audiens, serta menyampaikan pesan simbolik melalui representasi visual. Dalam konteks ini, animasi menjadi medium yang semakin relevan karena memiliki fleksibilitas visual, daya tarik lintas generasi, serta kemampuan menyampaikan kritik sosial melalui pendekatan yang ringan dan mudah diterima (Bateman et al., 2022).

Salah satu fenomena yang mencerminkan pertemuan antara budaya populer dan industri fesyen adalah kolaborasi *The Simpsons x Balenciaga* yang ditampilkan pada Paris Fashion Week 2021. Kolaborasi ini diwujudkan dalam bentuk fashion film animasi yang menampilkan keluarga Simpson dan warga Springfield dalam konteks peragaan busana mewah Balenciaga. Melalui medium animasi, Balenciaga tidak hanya mempresentasikan koleksi fesyennya, tetapi juga membangun narasi visual yang memadukan humor, drama, dan simbol-simbol dunia mode. Pendekatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi brand kontemporer semakin mengandalkan visual *storytelling* dan keterlibatan emosional audiens.

The Simpsons dikenal sebagai serial animasi yang secara konsisten menggunakan satire sebagai alat kritik sosial. Humor satir dalam serial ini menyinggung isu-isu sosial, budaya, dan politik melalui penggambaran yang dilebih-lebihkan namun tetap relevan dengan realitas sehari-hari. Satire memungkinkan kritik disampaikan tanpa kesan menggurui, sehingga pesan dapat diterima oleh audiens yang beragam (Hellmann, 2023). Dalam kolaborasi dengan Balenciaga, satire muncul melalui transformasi karakter, representasi *runway*, serta penggambaran otoritas simbolik dalam dunia fashion.

Kolaborasi ini menarik untuk dikaji karena menghadirkan irisan antara satire, representasi visual, dan identitas brand mewah. Balenciaga dikenal sebagai brand yang menggunakan pendekatan eksperimental dalam strategi komunikasinya, termasuk memanfaatkan budaya digital dan estetika populer. Ketika identitas visual Balenciaga dipindahkan ke dalam dunia animasi *The Simpsons*, muncul pertanyaan mengenai bagaimana makna brand direpresentasikan serta bagaimana satire bekerja dalam konteks visual fashion yang sarat simbol status dan eksklusivitas. Selain itu, media visual tidak menghasilkan makna secara tunggal. Audiens membawa latar belakang dan pengalaman yang berbeda dalam menafsirkan pesan media. Oleh karena itu, kolaborasi *The Simpsons x Balenciaga* dapat dibaca sebagai teks budaya yang membuka ruang interpretasi beragam, baik sebagai kritik sosial maupun sebagai strategi branding.

Meskipun sejumlah penelitian telah membahas satire dalam animasi serta strategi *branding* dalam industri fesyen, kajian yang secara spesifik menganalisis representasi satir dalam kolaborasi antara animasi budaya populer dan brand fesyen mewah masih relatif terbatas. Penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan mengkaji bagaimana satire dan identitas brand direpresentasikan secara visual dalam satu teks media yang sama, serta bagaimana pesan tersebut dimaknai oleh audiens melalui proses *encoding* dan *decoding*.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif, khususnya analisis visual (Sugiyono, 2022). Analisis visual digunakan untuk menafsirkan makna yang dibangun melalui gambar, warna, komposisi, gestur karakter, dan simbol visual dalam episode *The Simpsons x Balenciaga*. Episode dianalisis secara berulang untuk mengidentifikasi pola visual yang konsisten dan relevan dengan pesan satir. Selain analisis visual, penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur untuk memperkaya hasil analisis. Wawancara dilakukan terhadap tiga informan yang dipilih secara purposive, yaitu seorang mahasiswa fesyen, seorang penggemar *The Simpsons*, dan seorang penonton awam. Pemilihan informan ini bertujuan memperoleh variasi sudut pandang dalam proses decoding pesan berdasarkan latar belakang pengetahuan dan pengalaman yang berbeda. Penggabungan analisis visual dan wawancara memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai proses encoding dan decoding pesan. Analisis visual berfungsi sebagai data utama, sedangkan wawancara berperan sebagai data pendukung untuk melihat bagaimana pesan dimaknai oleh audiens.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Secara visual, episode *The Simpsons x Balenciaga* menampilkan gaya khas *The Simpsons* dengan warna-warna tegas, bentuk karakter sederhana, dan lingkungan yang minimalis. Namun demikian, identitas visual Balenciaga tetap ditampilkan secara konsisten melalui desain busana yang dikenakan oleh Marge maupun warga Springfield saat tampil di runway. Busana tersebut digambarkan dengan siluet oversized, garis tegas, dan warna monokrom yang kontras dengan estetika kartun komedi. Kontras ini menjadi strategi visual yang menegaskan kehadiran identitas Balenciaga meskipun ditempatkan dalam medium animasi sederhana.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa makna dalam episode *The Simpsons x Balenciaga* dibangun melalui kombinasi visual, simbol, dan humor satir, serta dimaknai secara beragam oleh audiens. Analisis visual memperlihatkan bagaimana simbol dan representasi dibentuk melalui adegan dan karakter, sementara wawancara mengungkap variasi pemaknaan penonton berdasarkan latar belakang dan pengalaman masing-masing. Hasil temuan kemudian dibagi ke dalam dua bagian utama. Bagian pertama membahas proses *encoding*, yaitu bagaimana episode menyusun representasi, simbol, dan kritik sosial melalui unsur visual dan narasi. Bagian kedua membahas proses *decoding*, yaitu bagaimana audiens memberikan pemaknaan terhadap episode tersebut. Pembagian ini bertujuan memperlihatkan perbedaan antara makna yang dikonstruksi oleh pembuat media dan makna yang diterima oleh audiens, sesuai dengan kerangka pemaknaan Stuart Hall (Stuart Hall, 1997; Procter, 2015).

Representasi makna dalam episode *The Simpsons x Balenciaga* terlihat melalui cara pembuat episode menyusun adegan, visual, dan humor untuk menyampaikan gambaran mengenai karakter brand Balenciaga serta dinamika dunia fashion. Salah satu aspek yang paling menonjol adalah bagaimana pakaian digunakan sebagai medium untuk membentuk perubahan suasana, identitas, dan emosi. Ketika Marge menerima gaun Balenciaga untuk ulang tahunnya, adegan tersebut tidak hanya digambarkan sebagai momen sederhana ketika seseorang mencoba pakaian baru. Perubahan pencahayaan, ekspresi Marge, serta cara karakter lain memandangnya

menunjukkan bahwa gaun tersebut dikonstruksi sebagai objek simbolik yang merepresentasikan status dan pengalaman emosional (Yasa et al., 2024). Dengan siluet besar dan warna hijau menyala, gaun tersebut ditampilkan sebagai sesuatu yang mampu mengubah kesan visual Marge secara drastis meskipun animasi *The Simpsons* memiliki gaya gambar yang sederhana.

Gambar 1. Marge Mengenakan Gaun Balenciaga Hijau



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Temuan tentang bagaimana visual memengaruhi persepsi audiens juga didukung oleh penelitian kontemporer yang menegaskan bahwa estetika visual dalam media digital dapat mengubah respons emosional secara signifikan (Bateman et al., 2022). Transformasi yang dialami Marge tidak berhenti pada penampilan fisik. Episode ini juga menunjukkan perubahan emosionalnya, terutama ketika ia berjalan mengelilingi rumahnya dan memperlihatkan gestur yang lebih percaya diri. Suasana ruangan digambarkan seperti berubah menjadi *runway*, menunjukkan bagaimana pakaian dapat memengaruhi cara seseorang merasa dan memandang dirinya. Melalui cara ini, episode membangun pesan bahwa fashion bukan sekadar benda, tetapi pengalaman personal yang memengaruhi emosi (Barnard, 2015).

Encoding semacam ini sejalan dengan karakter brand Balenciaga yang sering menggunakan elemen dramatis dalam presentasi runway mereka. Pada konteks budaya populer modern, penelitian menunjukkan bahwa identitas brand mewah sering dibangun melalui simbol, pengalaman emosional, dan narasi visual yang kuat (Venkatesh, 2023). Elemen lain yang memperlihatkan encoding adalah bagaimana episode menampilkan identitas visual Balenciaga melalui detail animasi. Meskipun dunia *The Simpsons* bersifat sederhana, garis besar desain Balenciaga tetap dipertahankan. Siluet oversized, warna monokrom, struktur tegas, dan gaya busana avant garde terlihat jelas pada pakaian yang dikenakan warga Springfield saat tampil di Paris.

Gambar 1. Warga Springfield Berjalan di Runway Paris



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Adegan ini memperlihatkan bagaimana *brand* tersebut tetap mempertahankan identitas visualnya meskipun berpindah ke medium animasi (Barnard, 2015). Penekanan identitas visual seperti ini juga tercatat sebagai strategi umum dalam branding kontemporer, di mana brand mempertahankan elemen khas mereka agar tetap mudah dikenali di berbagai medium (Park & Kim, 2020).

Gambar 3. Ekspresi Penonton Runway yang Pasif



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Namun, ketika seorang figur perempuan yang menyerupai Anna Wintour memberikan anggukan tanda persetujuan, seluruh respon penonton berubah drastis. Adegan ini menunjukkan bahwa validasi dalam fashion sering kali berakar pada otoritas tertentu, bukan pada penilaian yang objektif sebuah fenomena yang juga dibahas dalam studi-studi tentang kekuasaan simbolik dalam industri fashion.

Gambar 2. Adegan Figur Mirip Anna Wintour Memberikan Persetujuan



Sumber: Dokumentasi Peneliti

Selain itu, penggunaan warga Springfield sebagai model *runway* Balenciaga menghadirkan kritik terhadap standar tubuh dalam industri fashion. Karakter-karakter dengan bentuk tubuh yang sangat jauh dari standar runway digambarkan berjalan dengan percaya diri mengenakan koleksi Balenciaga. Dalam konteks visual, adegan ini menghadirkan komedi, tetapi di baliknya terdapat pesan bahwa fashion dapat ditempatkan pada tubuh apa pun jika narasinya dibuat sedemikian rupa. *Encoding* pada episode ini secara keseluruhan menggabungkan estetika fashion, elemen komedi, dan kritik sosial untuk membentuk pesan bahwa fashion adalah ruang yang kompleks dipenuhi simbol status, permainan visual, otoritas, dan pengalaman emosional. Dengan menggunakan medium animasi yang mudah diterima publik, episode ini berhasil menyampaikan pesan tersebut dengan cara yang ringan tetapi tetap bermakna, sejalan dengan karakteristik animasi satir (Hellmann, 2023).

Decoding dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dengan tiga informan yang memiliki latar belakang berbeda, yaitu mahasiswa fashion, penggemar *The Simpsons*, dan penonton awam. Perbedaan latar belakang tersebut menghasilkan variasi pemaknaan terhadap episode *The Simpsons* x Balenciaga. Temuan ini menunjukkan bahwa penonton tidak menerima makna secara tunggal, melainkan menafsirkan episode berdasarkan pengalaman, minat, serta kedekatan mereka dengan topik fashion maupun animasi. Dengan demikian, *decoding* memperlihatkan bagaimana pesan yang dibangun melalui proses *encoding* diterima secara beragam oleh audiens. Temuan ini juga sejalan dengan penelitian kontemporer yang menegaskan bahwa audiens digital memberikan interpretasi berbeda terhadap media tergantung pengalaman dan pengetahuan masing-masing (Couldry, 2012; Livingstone, 2021).

Narasumber pertama, Najla Annisa (Mahasiswi Fesyen, Jerman), memberi pemaknaan yang paling sesuai dengan makna yang dibangun dalam episode. Kedekatannya dengan dunia fashion membuatnya lebih sensitif terhadap detail visual dan simbol yang ditampilkan. Ia menjelaskan bahwa kolaborasi ini terasa menarik karena menggabungkan dua dunia yang sangat berbeda. Narasumber kedua, Abuhafs Alghifari (Penggemar Setia *The Simpsons*), memberikan pembacaan yang lebih sederhana dan berfokus pada unsur humor. Ia menonton episode ini sebagai bagian dari gaya komedi *The Simpsons* tanpa menghubungkannya dengan pesan-pesan satir

yang lebih dalam. Berbeda dengan dua narasumber sebelumnya, Alfian memaknai episode ini dari sudut pandang strategi komunikasi merek, bukan sekadar hiburan semata.. Alfian menjelaskan bahwa narasumber menikmati episode karena tampilannya yang tidak biasa.

Secara keseluruhan, temuan *decoding* menunjukkan bahwa episode *The Simpsons x Balenciaga* menghasilkan interpretasi yang beragam pada setiap informan. Najla memaknai episode secara mendalam dan sejalan dengan pesan yang dibangun melalui proses encoding, khususnya pada aspek visual dan kritik sosial. Abuhafs menangkap sebagian pesan melalui unsur visual dan humor, namun tidak membaca kritik sosial secara mendalam. Sementara itu, Alfian memaknai episode ini dari sudut pandang strategi komunikasi merek, dengan menyoroti sindiran terhadap harga mahal dan eksklusivitas fashion luxury yang disampaikan secara ringan dan menghibur. Perbedaan pemaknaan tersebut menunjukkan bahwa makna media sangat dipengaruhi oleh pengalaman, minat, dan pengetahuan audiens. Dengan demikian, episode yang sama dapat dimaknai secara berbeda oleh audiens yang berbeda, sejalan dengan kajian penerimaan audiens modern yang menekankan keberagaman interpretasi dalam media digital.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap episode *The Simpsons x Balenciaga* dan temuan wawancara dari tiga narasumber, penelitian ini menunjukkan bahwa representasi satir dalam kolaborasi tersebut dibentuk melalui kombinasi visual, suasana, serta situasi komedik yang menyinggung dinamika dunia fashion. Episode ini menampilkan identitas Balenciaga melalui desain busana yang khas, penggunaan siluet besar, serta penempatan warga Springfield sebagai model runway untuk menghadirkan kritik halus terhadap standar tubuh dalam industri mode. Transformasi emosional Marge ketika mengenakan busana juga menjadi bagian penting dari konstruksi makna, karena episode menempatkan pakaian sebagai simbol pengalaman, status, dan perubahan identitas.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa *The Simpsons x Balenciaga* menghadirkan representasi satir yang memadukan humor, visual brand, dan komentar sosial. Namun, makna tersebut tidak selalu diterima secara seragam oleh penonton, sehingga episode yang sama dapat dipahami dengan cara yang berbeda sesuai latar belakang narasumber. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa teks media bersifat terbuka dan memunculkan interpretasi yang beragam, di mana makna dibentuk tidak hanya oleh pembuat media, tetapi juga oleh cara audiens menafsirkan dan menghubungkan pesan dengan pengalaman mereka sendiri.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, serta pihak-pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Barnard, M. (2015). *Fashion As Communication*. Routledge.
Bateman, J., Wildfeuer, J., & Hiippala, T. (2022). *Multimodality: Foundations*,

- Research And Analysis – A Problem-Oriented Introduction. Multimodality.*
Couldry, N. (2012). *Media, Society, World: Social Theory And Digital Media Practice*. Polity Press.
- Hellmann, O. (2023). Animated Satire And Collective Memory: Reflecting On The American “History Wars” With The Simpsons. *Humor*, 36(4), 567–586. <https://doi.org/10.1515/Humor-2022-0131>
- Livingstone, S. (2021). Audiences In An Age Of Datafication. *Journal Of Communication*, 71(3), 466–488.
- Park, H., & Kim, E. (2020). Visual Aesthetics And Luxury Fashion Branding. *Journal Of Business Research*, 117, 103–115.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Stuart Hall. (2024). *Representation : Cultural Representations And Signifying Practices* . Sage Publications.
- Venkatesh, S. (2023). *Luxury Branding In The Age Of Pop Culture*.
- Yasa, W. A. P. Putra, R. W. Putra, H. Kurniawan, & Dr. Arief Ruslan. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori Dan Perkembangannya*. (Efitra & Sepriano, Eds.). Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.