

## ANALISIS IKLAN BALENCIAGA "THE GIFT SHOP CAMPAIGN" DALAM PERSPEKTIF EKSPLOITASI DAN KEKERASAN SEKSUAL (BDSM) TERHADAP ANAK

Reza Rahmadhani<sup>1</sup>, Dini Faisal<sup>2</sup>

Program Studi Desain Komunikasi Visual

FBS Universitas Negeri Padang

Email: [rezarahmadhani05@gmail.com](mailto:rezarahmadhani05@gmail.com)

Saat ini, banyak pengiklan yang melanggar etika dalam beriklan, salah satunya iklan katalog pada website Balenciaga "The Gift Shop Campaign" 2022 secara terbuka melanggar prinsip moral periklanan karena mengandung unsur eksploitasi dan kekerasan seksual terhadap anak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa iklan Balenciaga "The Gift Shop Campaign" dalam sudut pandang eksploitasi dan kekerasan seksual (BDSM) terhadap anak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang mengkaji makna iklan Balenciaga "The Gift Shop Campaign". Hasil penelitian menunjukkan unsur eksploitasi serta unsur penyimpangan dan kekerasan seksual pada anak, dapat dilihat dari penggunaan alat perbudakan seksual BDSM disekeliling anak, bentuk tas boneka beruang berpakaian yang identik dengan BDSM, aspek visual pendukung seperti coretan-coretan pada dinding yang mengarah pada hal-hal negatif. Serta ekspresi/mimik, dan gestur dari anak itu sendiri sebagai pemeran iklan bertema BDSM. Kesimpulan penelitian ini adalah iklan Balenciaga "The Gift Shop Campaign" ini sudah jelas melanggar etika dalam beriklan karena secara tidak langsung mengeksploitasi anak dan mempromosikan perilaku penyimpangan dan kekerasan seksual pada anak.

**Kata kunci:** iklan Balenciaga, eksploitasi anak, kekerasan seksual

### Pendahuluan

Periklanan adalah bagian dari bauran promosi, terutama periklanan yang menggunakan media online yang saat ini telah mendapatkan perhatian yang cukup tinggi dari konsumen. Namun, penting untuk diketahui bahwa iklan harus sesuai dengan aturan dan etika pemasaran yang berlaku, termasuk memberikan informasi yang jujur serta akurat dan iklan digunakan untuk memperkenalkan suatu produk ataupun hal yang ingin ditawarkan kepada khayalak (Jena, 1997).

Terdapat paling tidak tiga prinsip moral mengenai etika dalam iklan yang harus ditaati oleh pengiklan. Ketiga hal itu adalah (1) masalah kejujuran dalam iklan, (2) masalah martabat manusia sebagai pribadi, dan (3) tanggung jawab sosial yang mesti diemban oleh iklan. Pada saat ini, banyak pengiklan yang melanggar etika dalam beriklan. Salah satunya adalah iklan katalog pada website belanja Balenciaga yang secara terbuka melanggar prinsip moral periklanan karena mengandung unsur eksploitasi dan kekerasan seksual terhadap anak. Iklan tersebut adalah iklan pada situs website Balenciaga dalam kampanye "The Gift Shop" pada tahun 2022. Pada iklan ini terdapat foto katalog promosi yang dibintangi oleh anak-anak dalam tema sensualitas dan BDSM

(*Bondage and Discipline, Dominance and Submission, Sadism and Masochism*). Iklan tersebut menampilkan anak-anak yang mengenakan pakaian dan aksesoris Balenciaga yang seharusnya ditujukan untuk orang dewasa. Hal ini menciptakan kesan bahwa anak-anak harus terlibat dalam konsumsi produk mewah, vulgar dan dewasa, yang mungkin tidak sesuai dengan perkembangan fisik dan emosional mereka (Pratama & Sulistyowati, 2020).

Dikutip dari *insider.com* sejumlah masyarakat dunia melakukan aksi protes terhadap Balenciaga dengan menghancurkan koleksi pribadinya sebagai bentuk perlawanan kekerasan seksual dan eksploitasi anak. Seperti Chloé Hennessey di TikTok yang menggantung hoodie berlogo Balenciaga miliknya. New York Post memperkirakan harga dari hoodie tersebut sekitar 700 USD atau Rp10,9 jutaan (Samantha Grindell, 2022). *The Gift Shop* ini merupakan sebuah kampanye yang menampilkan koleksi *Spring/Summer 2023*. Dalam sejumlah foto kampanye tersebut, digambarkan ada anak perempuan yang sedang memegang sebuah tas boneka beruang. Namun, boneka beruang tersebut bukanlah boneka biasa. Tas boneka beruang tersebut mengenakan harness, yang identik dengan atribut BDSM (*Bondage and Discipline, Dominance and Submission, Sadism and Masochism*) anak perempuan tersebut juga dikelilingi berbagai aksesoris yang identik dengan BDSM lainnya, seperti borgol, rantai, hingga kalung rantai anjing. Selain itu, terdapat juga sebuah foto anak laki-laki yang layaknya menjadi pelaku



penyimpangan dan kekerasan seksual lengkap dengan perlengkapan BDSM dengan nuansa kamar berantakan (Shafa et al., 2023).

Gambar 1. Iklan Kontroversial Balenciaga versi anak perempuan.

[Sumber : [www.popbela.com](http://www.popbela.com), 2022. Balenciaga "The Gift Shop" Spring/Summer Collections 2022]



Gambar 2. Iklan Kontroversial Balenciaga versi anak laki-laki.

[Sumber : [www.popbela.com](http://www.popbela.com), 2022. Balenciaga "The Gift Shop" Spring/Summer Collections 2022]

Maka dari itu, iklan Balenciaga *The Gift Shop Campaign* ini menormalisasi bahwa anak merupakan objek atau pelaku penyimpangan dan kekerasan seksual. Hal tersebut sudah jelas sebagai salah satu bentuk pelanggaran etika beriklan dalam bentuk eksploitasi pada anak. Kampanye iklan Balenciaga ini sudah tersebar di berbagai negara, termasuk Indonesia. Tentu saja iklan ini juga melanggar prinsip moral dan etika periklanan di Indonesia. Seperti yang dijelaskan dalam EPI, terakhir diubah pada tahun 2022, dinyatakan bahwa dalam hal anak sebagai pemeran iklan maka: Anak tidak boleh digunakan; Iklan tidak boleh memperlihatkan anak dalam adegan-adegan yang berbahaya, menyesatkan atau tidak pantas dilakukan oleh anak (Yuniarti, 2017)

Penelitian ini mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iddol Lusyarif, Akhirul Aminulloh, Carmia Diahloka, dari Universitas Tribhuwana Tungadewi dengan judul Eksploitasi Anak Pada Iklan Indie+. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teknik analisa semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menyimpulkan unsur eksploitasi yang terdapat dalam iklan ini ditunjukkan dalam narasi dan adegannya, dimana para pemeran diharuskan untuk bertutur kata dan beradegan layaknya orang yang sudah dewasa. Unsur eksploitasi tersebut sekaligus menjadi penanda yang terdiri dari tanda visual dan tanda verbal (Lusyarif et al., 2015).

Penelitian ini juga mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Yusnaldi, Mirdha Fahlevi SI, Muzakir dari Universitas Teuku Umar dengan judul Eksploitasi Anak dalam Komunikasi Pemasaran Studi Kasus Iklan McDonalds *Fillet-O-Fish*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teknik analisa semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menyimpulkan iklan McDonalds burger *Fillet-O-Fish* menunjukkan adanya unsur eksploitasi terhadap anak yaitu iklan ini menggunakan aktor anak untuk memasarkan suatu produk yang dikategorikan sebagai produk makanan tidak sehat atau *junk food* dengan target konsumen anak-anak. Iklan tersebut juga berlatar belakang suatu peristiwa duka dan kehilangan serta rasa rindu seorang anak terhadap mendiang ayahnya sebagai strategi untuk memasarkan suatu produk. Mengambil keuntungan dengan cara memainkan emosi penonton atau konsumen atas suatu peristiwa duka sangatlah tidak patut untuk dilakukan terlebih lagi duka seorang anak yang kehilangan ayahnya. Kemudian berbagai visualisasi adegan dan komunikasi verbal maupun non verbal yang terdapat dalam iklan tersebut sekaligus menjadi penanda adanya miskonsepsi dan eksploitasi terhadap anak (Yusnaldi & Fahlevi Muzakir, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa iklan Balenciaga "The Gift Shop Campaign" dalam sudut pandang eksploitasi dan kekerasan seksual (BDSM) terhadap anak dilihat dari teori semiotika Roland Barthes. Pada penelitian ini penulis menganalisa dan membahas tentang unsur eksploitasi dan penyimpangan/kekerasan seksual terhadap anak pada dua iklan katalog Balenciaga "The Gift Shop Campaign" melalui media visual dengan teori semiotika. Semiotika merupakan model ilmu pengetahuan sosial yang memahami dunia sebagai sistem hubungan yang memiliki unit dasar yang disebut dengan tanda (Sobur, 2003). Ada banyak tokoh-tokoh semiotika seperti Roland Barthes, Charles Sanders Peirce, Ferdinand de Saussure, dan John Fiske. Penelitian ini menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang dikenal dengan istilah "order of signification". *Two orders of signification* (signifikasi dua tahap atau dua tatanan pertandaan) Barthes terdiri dari *first order of signification* yaitu denotasi, dan *second*

*orders of signification* yaitu konotasi. Tatanan yang pertama mencakup penanda dan petanda yang berbentuk tanda. Tanda inilah yang disebut makna denotasi. Sedangkan konotasi adalah tingkat pertandaan yang menjelaskan hubungan antara penanda dan petanda, yang di dalamnya beroperasi makna yang bersifat implisit dan tersembunyi. Barthes juga melihat aspek lain dari penandaan, yaitu “mitos” yang menandai suatu masyarakat.

### Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis serta lebih menonjolkan proses dan makna (Sugiyono, 2017). Penelitian kualitatif terdiri dari tahapan rumusan masalah, pengumpulan data, analisis data, menyusun hasil data, dan pembuatan keputusan. Fokus penelitian ini adalah menganalisis dan mengkaji makna dua iklan katalog Balenciaga “The Gift Shop Campaign” dengan pendekatan semiotika Roland Barthes dalam sudut pandang eksploitasi dan kekerasan seksual terhadap anak. Teknik pengumpulan data primer dengan melakukan observasi secara langsung yaitu dengan mengamati foto iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign”, lalu pengumpulan data sekunder dengan melakukan studi literatur melalui internet, jurnal, buku dan karya ilmiah.

Dalam penelitian ini penulis membedah screenshot foto iklan Balenciaga “The Gift Shop” meliputi identifikasi tanda-tanda yang terdapat dalam foto. Dari Screenshot foto iklan tersebut. Data yang sudah terkumpul lalu diolah, kemudian dilakukan interpretasi data dengan berlandaskan pada eksploitasi anak dan kekerasan seksual (BDSM) terhadap anak menggunakan teori Semiotika Roland Barthes.

### Hasil dan Pembahasan

Pada kedua iklan katalog ini ditemukan unsur eksploitasi serta unsur penyimpangan dan kekerasan seksual pada anak yang dapat dilihat dari beberapa aspek seperti penggunaan alat perbudakan seksual BDSM disekeliling anak, bentuk tas boneka beruang yang tidak lazim karena mengenakan pakaian yang identik dengan BDSM yaitu harness, kemudian dapat dilihat juga pada aspek visual pendukung seperti coretan-coretan pada dinding yang mengarah pada hal-hal negatif. Serta dapat dilihat juga pada ekspresi/mimik, dan gestur dari anak itu sendiri sebagai pemeran iklan. Pada iklan yang diperankan anak perempuan, anak tersebut diarahkan berdiri lurus, dengan ekspresi polos cenderung takut dengan garis bibir yang melengkung ke bawah, kemudian memegang tas boneka beruang yang berpakaian BDSM. Hal ini secara tidak langsung menyatakan bahwa anak perempuan dalam iklan tersebut berperan sebagai submisif (lemah) pada praktik BDSM. Kemudian pada iklan yang diperankan oleh anak laki-laki, anak tersebut diarahkan untuk menunjukkan gestur dan ekspresi tegas dan tajam serta



menunjukkan gestur pelaku dominan lain pada praktik BDSM. Kemudian anak tersebut juga mengenakan pakaian serba hitam. Hal ini secara tidak langsung menyatakan bahwa anak laki-laki tersebut berperan sebagai pelaku dominan dalam praktik BDSM pada iklan tersebut.

*Gambar 3. Iklan Kontroversial Balenciaga versi anak perempuan.*  
[Sumber : [www.popbela.com](http://www.popbela.com), 2022. Balenciaga “The Gift Shop” Spring/Summer Collections 2022]



*Gambar 4. Iklan Kontroversial Balenciaga versi anak laki-laki.*  
[Sumber : [www.popbela.com](http://www.popbela.com), 2022. Balenciaga “The Gift Shop” Spring/Summer Collections 2022]

Penggunaan properti, alat dan barang serta aspek visual yang bernuansa BDSM pada iklan ini tentu tidak sesuai dengan usia anak-anak, dan anak-anak tentunya tidak pantas memerankan iklan ini. Sehingga ditemukan bahwa iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign” ini sudah jelas melanggar etika dalam beriklan karena secara tidak langsung mengeksploitasi anak dan mempromosikan perilaku penyimpangan dan kekerasan seksual pada anak.

### **Analisis Signifikasi Iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign” dalam Perspektif Kekerasan Seksual BDSM**

Tanda-tanda yang terdapat dalam dua foto katalog iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign” terdiri dari objek visual yang mengandung unsur eksploitasi dan kekerasan seksual BDSM terhadap anak dianalisa menggunakan teori semiotika Roland Barthes yang dikenal sebagai dua tahapan signifikasi pada objek visual potongan gambar pada foto katalog iklan. Berikut ini merupakan tabel analisa semiotika Roland Barthes pada dua foto katalog iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign”.

#### a) Foto Katalog Iklan Versi Anak Perempuan

Tabel 1. Analisis Signifikasi Foto Katalog Iklan Versi Anak Perempuan

Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
-------------	------------	----------------	----------------

	<p>Tas berbentuk boneka beruang lengkap dengan tali, pakaian, aksesoris serta rambut panjang.</p>	<p>Tas berbentuk boneka beruang berwarna putih berambut panjang lengkap dengan pakaian jaring-jaring berwarna hitam, kalung berbentuk rantai dan gembok pada leher, aksesoris seperti ikat pinggang dan harness pada kaki dan tangan. Boneka tersebut memiliki mata berwarna biru ungu seperti bengkak dan lebam.</p>	<p>Wajah boneka beruang dengan mata biru ungu seperti bengkak bermakna kesakitan akibat kekerasan atau penganiayaan. Aksesoris kalung rantai gembok pada leher dan aksesoris gelang harness pada kaki dan tangan bermakna terpenjara, terbelenggu terikat, atau terkurung dalam situasi yang sulit. Rambut panjang boneka bermakna perempuan</p>
<p>Mitos</p>			
<p>Aksesoris pada boneka seperti baju jaring, rantai, gembok dan ikat pinggang biasanya digunakan oleh pelaku submisif (lemah/dibawah) pada praktik kekerasan seksual BDSM. Peran submisif pada BDSM biasanya selalu disakiti, dan menjadi objek kekerasan sehingga menghasilkan rasa sakit pada bagian tubuh.</p>			

Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
	<p>Ekspresi wajah anak yang polos cenderung takut.</p>	<p>Ekspresi wajah polos pada anak perempuan tersebut terlihat dari mimik datar tidak tersenyum, sorotan mata polos dan kepala yang agak</p>	<p>Ekspresi anak polos bermakna sifat atau sikap seseorang yang lemah, tulus, jujur, dan tidak bermaksud jahat. Sorot wajah ketakutan</p>
<p>Mitos</p>			

<p>Ekspresi polos dan cenderung takut biasanya identik dengan seseorang yang lemah seperti pelaku submisif pada praktik BDSM. Kekerasan yang dialami submisif akan memperlihatkan ekspresi takut, kemudian submisif biasanya juga dengan sengaja memperlihatkan ekspresi polos dan tunduk agar pelaku dominan merasa puas.</p>		<p>dimiringkan, Kemudian ekspresi cenderung takut terlihat dari bibir yang melengkung kebawah.</p>	<p>bermakna anak sedang mengalami hal yang tidak diinginkan seperti kekerasan dan ketakutan, juga bermakna submisif/lemah serta ketidakmampuan melawan sebuah tekanan.</p>
Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
	<p>Anak perempuan berdiri dengan gestur kepala dimiringkan dan memegang tas boneka beruang.</p>	<p>Seorang anak perempuan yang berdiri dengan gestur kepala dimiringkan, kaki dan badan yang lurus ke bawah dengan posisi tangan memegang sebuah tas berbentuk boneka beruang putih yang mengenakan harness dan jarring-jaring sebagai pakaian.</p>	<p>Gestur tegak lurus dan kepala yang dimiringkan pada anak perempuan bermakna kepolosan, berdiri lurus jua dapat bermakna sebuah kehormatan dan lurus dalam kata sifat yang sama artinya dengan polos dan jujur.</p> <p>Sedangkan gestur tangan anak perempuan yang memegang tas berbentuk</p>
<p>Mitos</p>			
<p>Pada budaya BDSM peran submisif sering identik dengan gestur badan lemah dan polos. Sehingga tidak jarang anak-anak polos dan lemah seringkali menjadi objek dan mangsa perilaku penyimpangan dan kekerasan seksual BDSM.</p>			
Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi

	<p>Tiga rantai dengan berbagai macam ukuran</p>	<p>Tiga rantai dengan berbagai bentuk. Rantai ini merupakan aksesoris seperti kalung dan gelang dengan berbagai macam ukuran dan bentuk.</p>	<p>Rantai dapat bermakna keterikatan dan ketidakbebasan. Rantai dengan berbagai ukuran bisa digunakan dalam mengikat beberapa bagian tubuh seperti leher, tangan dan kaki. Dalam hal ini rantai dapat bermakna kekerasan atau terikat dalam sebuah kekerasan.</p>
<p>Mitos</p>			
<p>Budaya BDSM telah menjadi budaya populer sejak tahun 1985 di Amerika Serikat yang merupakan negara asal North Six Production rumah produksi iklan Balenciaga. Penggambaran BDSM bermunculan datang dengan arti sesuatu yang lebih dari mainstream dan sedikit bersifat cabul, lebih kontroversial, dansedikit erotis. Pada nudaya BDSM penggunaan rantai berkaitan dengan praktik perbudakan dan kekerasan seksual BDSM. Dalam BDSM ini identik dengan aktivitas mengikat atau menahan orang menggunakan peralatan seperti rantai dengan tujuan kesenangan erotisme. Terdapat berbagai posisi dan metode perbudakan menggunakan rantai ini, diantaranya mengikat leher, serta merantai tangan dan kaki.</p>			
<p>Visualisasi</p>	<p>Penjelasan</p>	<p>Makna Denotasi</p>	<p>Makna Konotasi</p>
	<p>Sebuah tali kuning dengan kait di ujung bawah, dan dengan ujung atas tali hitam yang melingkar.</p>	<p>Tali kuning dengan kait di ujung bawah, dan dengan ujung atas tali hitam yang melingkar merupakan sebuah harness yang biasa digunakan untuk mengikat leher hewan peliharaan.</p>	<p>Harness yang biasa digunakan untuk mengikat peliharaan dapat bermakna hubungan yang terikat antara majikan dan peliharaan, dimana peliharaan biasanya harus patuh terhadap perintah dan tindakan tuannya.</p>
<p>Mitos</p>			
<p>Dalam budaya perbudakan dan kekerasan seksual BDSM terdapat permainan peran antara dominan dan submisif, dimana dominan berperan sebagai tuan/majikan dan submisif diperlakukan layaknya peliharaan yang harus tunduk kepada majikannya. Permainan peran ini didukung oleh atribut yang biasanya digunakan yaitu</p>			

harness, dimana harness ini dikenakan oleh submisif dengan mengikat leher kemudian melingkarkan harness tersebut ke badan, payudara hingga alat vital.			
Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
	Ekspresi wajah anak yang polos cenderung takut.	Boneka kelinci berukuran kecil dengan warna putih bersih.	Kelinci kecil berwarna putih bermakna keperawanan, kesucian yang erat kaitannya dengan kesuburan.
Mitos			
Kelinci dipercaya sebagai keperawanan yang suci, namun seringkali digunakan sebagai representasi objek seksual. Karena dalam dunia seksualitas BDSM mereka gemar mencari pasangan seksual yang suci dan polos. Maka dari itu, anak-anak yang dianggap sebagai seseorang yang suci dan polos sering kali menjadi objek kekerasan seksual.			

Tabel 2. Analisis Signifikansi Foto Katalog Iklan Versi Anak Laki-Laki

Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
-------------	------------	----------------	----------------

	<p>Tas berbentuk boneka beruang yang tergeletak di lantai lengkap dengan tali, pakaian, aksesoris kalung, gelang tangan dan kaki, serta rambut panjang.</p>	<p>Tas berbentuk boneka beruang berwarna putih tergeletak di lantai dengan posisi tersender ke dinding dengan kepala yang dimiringkan berambut panjang lengkap dengan pakaian jaring-jaring berwarna hitam, kalung berbentuk rantai dan gembok pada leher, aksesoris seperti ikat pinggang dan harness pada kaki dan tangan. Boneka tersebut memiliki mata berwarna biru ungu seperti bengkak dan lebam.</p>	<p>Boneka beruang yang berada di bawah lantai dengan posisi tersender ke dinding dengan kepala miring bermakna posisi lemah dan tidak berdaya. Wajah boneka beruang dengan mata biru ungu seperti bengkak bermakna kesakitan akibat kekerasan atau penganiayaan.</p> <p>Aksesoris kalung rantai gembok pada leher dan aksesoris gelang harness pada kaki dan tangan bermakna terpenjara, terbelenggu terikat, atau terkurung dalam situasi yang sulit. Rambut panjang boneka bermakna perempuan</p>
<p>Mitos</p>			
<p>Posisi tidak berdaya dan wajah dengan mata bengkak pada boneka sesuai dengan apa yang sering dialami submisif pada praktik kekerasan seksual BDSM. Setelah terjadinya praktik kekerasan seksual submisif akan mendapatkan beberapa luka pada bagian tubuhnya termasuk mata, hal ini biasanya membuat submisif tergeletak dan tidak berdaya.</p>			
<p>Aksesoris pada boneka seperti baju jaring, rantai, gembok dan ikat pinggang biasanya digunakan oleh pelaku submisif (lemah/dibawah) pada praktik kekerasan seksual BDSM. Peran submisif pada BDSM biasanya selalu disakiti, dan menjadi objek kekerasan sehingga menghasilkan rasa sakit pada bagian tubuh</p>			

Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
	<p>Seorang anak laki-laki dengan wajah datar dan tajam menggunakan pakaian serba hitam dan sepatu merah dengan posisi berdiri.</p>	<p>Seorang anak laki-laki berusia 3-5 tahun dengan ekspresi wajah datar tanpa senyuman dan sorot mata yang tajam berdiri di tengah-tengah kamar dengan gestur badan tegap, kedua ibu jari tangan dimasukkan ke dalam saku dan jari lainnya di luar saku, serta posisi kaki yang dibuka selebar bahu.</p>	<p>Anak berusia 3-5 tahun biasanya bermakna kepolosan, gampang dialihkan/ditipu dan diatur. Seperti halnya pada iklan ini ekspresi wajah anak laki-laki diarahkan menjadi datar tanpa senyuman dan sorot mata yang tajam bermakna ketegasan dan kekuatan serta ekspresi mengancam.</p>
<p>Mitos</p>			<p>Gestur badan anak laki-laki yang tegap dengan kedua ibu jari tangan dimasukkan ke dalam saku jari tangan lainnya berada di luar dan kaki yang dibuka selebar bahu bermakna kekuasaan, superior dan ancaman terhadap orang sekitar.</p>
<p>Dalam dunia kekerasan seksual BDSM pelaku dominan selalu menjadi penguasa dan ancaman bagi submisif. Pelaku dominan akan memperlihatkan raut wajah tegas dan tajam serta gestur badan superior/berkuasa dalam praktiknya sehingga pelaku submisif akan merasa terancam dan ketakutan. Selain itu, sesuai kepercayaan masyarakat saat ini, seseorang yang menggunakan hoodie berwarna hitam yang menutup kepala dianggap intimidatif dan mengancam.</p>			

Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
	Sebuah lilin di atas kaleng berwarna hijau.	Lilin dapat bermakna sebuah pengorbanan sedangkan kaleng bir dapat bermakna ketidaksadaran dan gairah/semangat.	Lilin dapat bermakna sebuah pengorbanan sedangkan kaleng bir dapat bermakna ketidaksadaran dan gairah/semangat.
Mitos			
Lilin juga merupakan salah satu alat yang digunakan dalam praktik sadisme. Lilin dalam penyimpangan seks BDSM digunakan untuk memberikan rasa sakit disekitar kulit yang bertujuan untuk menimbulkan jeritan dan teriakan pada si penerima/submisif. Pada praktik BDSM biasanya terdapat juga minuman berakohol seperti bir yang nantinya diminum oleh dominan dan submisif hingga mereka hilang kesadaran dengan tujuan meningkatkan gairah.			
Visualisasi	Penjelasan	Makna Denotasi	Makna Konotasi
	Sebuah kursi yang dibungkus lakban kuning..	Sebuah kursi dibungkus lakban yang merupakan sebuah perekat berwarna kuning dengan tulisan Balenciaga, lakban tersebut menutupi dan membalut seluruh permukaan kursi.	Kursi yang dibungkus lakban bermakna terikat, terbelit, dan ketidakbebasan.  Tulisan "Balenciaga" pada lakban bermakna lakban tersebut diproduksi oleh Balenciaga.
Mitos			
Pada praktik budaya penyimpangan dan kekerasan seksual BDSM, kursi dan lakban juga digunakan sebagai alternatif alat			

sadisme/penyiksaan. Submisif duduk pada kursi dan diikat tangan, kaki dan badannya menggunakan lakban, maka dari itu submisif merasa tidak berdaya dan tidak bisa melakukan perlawanan terhadap yang dilakukan dominan.		
---	--	--

### **Analisis Iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign” dalam Pandangan Eksploitasi dan Kekerasan Seksual Terhadap Anak.**

Dalam iklan Balenciaga “The Gift Shop Campaign” terdapat beberapa bentuk eksploitasi anak baik secara fisik ataupun non fisik yaitu:

- a. Eksploitasi anak secara fisik
  - 1) Mimik wajah dan gestur polos cenderung takut dari anak perempuan yang memegang tas boneka beruang secara tidak langsung mengarahkan anak perempuan menjadi pemeran submisif (lemah) dalam iklan yang bernuansa BDSM hal ini tentu menjadi suatu bentuk eksploitasi terhadap anak karena tidak sesuai dengan umurnya.
  - 2) Mimik wajah dan gestur anak laki-laki yang tegap dan mengancam secara tidak langsung mengarahkan anak laki-laki menjadi pemeran dominan pada iklan yang bernuansa BDSM yang tentunya menjadi bentuk eksploitasi terhadap anak karena peran dominan pada praktik BDSM tidak sesuai dengan umur anak tersebut.
- b. Eksploitasi secara non fisik  
Lokasi dan nuansa foto iklan di kamar anak dengan properti BDSM yang tersebar disekitar kamar anak secara tidak langsung menunjukkan bahwa kamar anak merupakan tempat dimana praktik BDSM dilakukan. Hal ini sudah jelas merupakan bentuk eksploitasi terhadap anak dimana menjadikan kamar anak sebagai lokasi terjadinya praktik dewasa (perbudakan seksual BDSM)

#### **Kesimpulan**

Penulis menyimpulkan dari dua foto katalog iklan Balenciaga “ The Gift Shop Campaign” terdapat banyak temuan unsur eksploitasi dan penyimpangan kekerasan seksual BDSM terhadap anak berupa penggunaan anak-anak sebagai pemeran iklan yang tidak sesuai dengan umurnya, dimana iklan tersebut bernuansa BDSM. Selain itu, pada iklan tersebut juga terdapat banyak simbol-simbol yang menandakan adanya penyimpangan dan kekerasan seksual pada iklan tersebut seperti yang dapat dilihat dari beberapa aspek seperti penggunaan alat perbudakan seksual BDSM disekeliling anak, bentuk tas boneka beruang yang tidak lazim karena mengenakan pakaian yang identik dengan BDSM yaitu harness, kemudian dapat dilihat juga pada aspek visual pendukung seperti coretan-coretan pada dinding yang mengarah pada hal-hal negatif. Serta dapat dilihat juga pada ekspresi/mimik, dan gestur dari anak itu sendiri sebagai pemeran iklan.

Dari segi etika dalam Etika Pariwisata Indonesia, iklan Balenciaga “ The Gift Shop Campaign” dapat disimpulkan melanggar aturan dan etika dalam beriklan karena iklan ini mengandung unsur eksploitasi dan kekerasan seksual terhadap anak, dimana pada iklan ini menjadikan anak-anak sebagai objek serta pelaku praktik penyimpangan dan kekerasan seksual BDSM. Serta secara tidak langsung mempromosikan perilaku penyimpangan dan kekerasan seksual pada anak.

### Rujukan

- Jena, Y. (1997). *ETIKA DALAM IKLAN Some of the authors of this publication are also working on these related projects: philosophy of science View project Caring ethics and problem of the autonomy of moral subject View project*.  
<https://www.researchgate.net/publication/329642430>
- Lusyarif, M. I., Aminulloh, A., & Diahloka, C. (2015). *EKSPLORASI ANAK PADA IKLAN TELEVISI TRI INDIEN*. 4(3), 480. [www.publikasi.unitri.ac.id](http://www.publikasi.unitri.ac.id)
- Pratama, R. N., & Sulistyowati, E. (2020). *Kajian Yuridis Tentang Eksploitasi Anak Sebagai Pemeran Iklan Dalam Siaran Iklan Niaga* (Vol. 7, Issue 2).  
<http://www.kpi.go.id/index.php/id/umum/38-dalam->
- Samantha Grindell. (2022, December 2). *Balenciaga is under fire for an ad of kids holding teddy bears in harnesses. Here's a complete timeline of the controversy*. Business Insider. <https://www.businessinsider.com/balenciaga-teddy-bear-holiday-ad-controversy-timeline-2022-11>
- Shafa, A., Allana Haura Redhita, Ikhsan Meidian Utama, Mahmud Effendi, & Sasti Rahayu. (2023). *Komunikasi Krisis Balenciaga Dalam Menangani Krisis Iklan Kampanye “The Gift Shop”*. *Jurnal Bincang Komunikasi, Vol 1*(ISSN: 2986 3678).
- Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi* (3rd ed.). Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Yuniarti, S. (2017, October). *BOLEHKAN ANAK MENJADI MODEL IKLAN?* Binus Business Law. <https://business-law.binus.ac.id/2017/10/29/bolehkan-anak-menjadi-model-iklan/>
- Yusnadi, & Fahlevi Muzakir, M. S. (2020). *EKSPLORASI ANAK DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN STUDI KASUS IKLAN MCDONALD FILLET-O-FISH*. *Bianias Dan Kajian Manajemen, 4*.