Di Balik Layar Otomasi: Membedah Invisible Labor dalam Produksi Konten AI pada ImagiCartoonStudio

Ghaisani Dwi Miranti*[1], Aryo Subarkah Eddyono[2]
Jurusan: Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie, Indonesia[1,2]
*e-mail: 2251013015@student.bakrie.ac.id

ABSTRAK

Studi ini bertujuan membedah fenomena invisible labor atau tenaga kerja tak tampak dalam ekosistem produksi konten berbasis kecerdasan buatan (AI) pada ImagiCartoonStudio, sebuah entitas kreatif digital di Indonesia yang mengkhususkan diri pada karakter kartun 3D. Menggunakan kerangka teoritis Brooke Erin Duffy mengenai aspirational labor dan social media work, penelitian ini menganalisis bagaimana narasi otomasi yang dipromosikan oleh teknologi AI sering kali mengaburkan peran vital manusia dalam proses kurasi, penyuntingan, dan manajemen algoritma. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan analisis teks dan analisis visual terhadap profil Instagram @imagicartoonstudio. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di balik efisiensi teknologi yang ditawarkan, terdapat beban kerja afektif dan teknis yang bersifat always-on bagi para praktisinya. Profil Instagram studio ini menunjukkan "paradoks visibilitas", di mana produk akhir yang sangat halus (polished) ditampilkan sebagai hasil otomasi yang mudah, sementara kerja keras di balik layar untuk menjinakkan algoritma dan menjaga konsistensi merek tetap tidak diakui secara formal. Temuan ini menegaskan bahwa AI tidak menggantikan tenaga kerja kreatif, melainkan mengubahnya menjadi bentuk yang lebih terfragmentasi, tak berbayar, dan bersifat aspirasional, yang menuntut pembaruan dalam regulasi etika dan standar perlindungan pekerja digital di Indonesia.

Kata kunci : *Brooke Erin Duffy; ImagiCartoonStudio; Invisible Labor; kecerdasan Buatan; Komunikasi Digital.*

ABSTRACT

This study intends to examine the phenomenon of invisible labor in the artificial intelligence (AI)-based content production ecosystem at ImagiCartoonStudio, an Indonesian digital creative entity specializing in 3D cartoon characters. Using Brooke Erin Duffy's conceptual framework on aspirational labor and social media work, this research analyzes how the automation narratives promoted by AI technology often obscure the vital human role in the processes of curation, editing, and algorithm management. The research method used is qualitative, with a textual analysis and visual analysis approach to the Instagram profile @imagicartoonstudio. The results show that behind the technological efficiency provided, there is an effective and technical workload that is "always-on" for its practitioners. The studio's Instagram profile demonstrates a "visibility paradox," where highly polished end products are presented as the result of easy automation, while the hard work behind the scenes to tame algorithms and preserve brand consistency remains formally unrecognized. This evidence confirms that AI does not replace creative labor but rather transforms it into a more fragmented, unpaid, and aspirational form, which demands updates in ethical regulations and standards for protecting digital workers in Indonesia.

Keywords **:** *Artificial Intelligence; Brooke Erin Duffy; Electronic Communication; ImagiCartoonStudio; Invisible Labor.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI) dalam satu dekade terakhir telah mengubah secara fundamental cara industri kreatif beroperasi. Di Indonesia, transformasi ini semakin terasa sejak tahun 2022 ketika platform AI generatif seperti Midjourney, OpenArt, dan DALL·E mulai dapat diakses secara luas oleh publik. Kemampuan AI generatif dalam menghasilkan gambar dan konten visual secara cepat menjadikan teknologi ini dipandang sebagai inovasi yang mampu mengubah proses produksi kreatif digital (Bender, 2025). Narasi dominan yang berkembang di sekitar teknologi ini adalah narasi otomasi:

bahwa AI mampu menggantikan pekerjaan yang sebelumnya membutuhkan keahlian bertahun-tahun, mempercepat produksi, dan memangkas biaya secara drastis.

Namun, narasi efisiensi tersebut menyembunyikan realitas yang jauh lebih kompleks. Sebagaimana diargumentasikan oleh para sarjana studi tenaga kerja digital, setiap sistem yang tampak otomatis sesungguhnya ditopang oleh lapisan-lapisan kerja manusia yang tidak kasat mata (Duffy, 2017). Kerja tersebut mencakup riset tren, penyusunan instruksi (prompt engineering), kurasi hasil, penyuntingan manual, hingga pengelolaan hubungan dengan pelanggan dan audiens. Semua aktivitas ini dilakukan secara konsisten dan intensif, namun jarang mendapat pengakuan formal maupun kompensasi yang setara.

ImagiCartoonStudio, yang beroperasi melalui akun Instagram @imagicartoonstudio, merupakan satu representasi konkret dari fenomena ini di Indonesia. Studio digital ini menawarkan layanan pembuatan karakter kartun 3D berbasis AI untuk berbagai keperluan, mulai dari hadiah ulang tahun, pernikahan, avatar profesional, hingga identitas visual lembaga. Dengan 167 unggahan dan lebih dari 2.000 pengikut, akun ini membangun citra sebagai penyedia layanan yang "cepat dan terpercaya" (Trusted & Fast Service), sebuah klaim yang secara implisit mengasosiasikan kecepatan layanan dengan kemampuan teknologi AI. Namun, di balik tampilan visual yang rapi dan konsisten tersebut, terdapat ekosistem kerja manusia yang kompleks dan tersembunyi.

Penelitian ini menggunakan perspektif Brooke Erin Duffy sebagai kerangka analitis utama. Dalam karya-karyanya, khususnya (Not) Getting Paid to Do What You Love: Gender, Social Media, and Aspirational Work (2017) dan artikel "In/Visibility in Social Media Work: The Hidden Labor Behind the Brands" (**Duffy & Sawey, 2022**), Duffy secara konsisten menunjukkan bahwa ekonomi media sosial dibangun di atas fondasi kerja yang tidak dibayar, tidak diakui, dan bersifat aspirasional. Para pekerja melakukan investasi waktu dan energi yang besar dengan harapan bahwa kerja keras tersebut suatu saat akan memberikan imbalan ekonomi atau status sosial yang sepadan.

Dalam konteks produksi konten berbasis AI, konsep-konsep Duffy menjadi semakin relevan. Teknologi AI tidak menghapus invisible labor; sebaliknya, ia menggeser dan mentransformasikannya ke dalam bentuk-bentuk baru yang bahkan lebih sulit untuk diidentifikasi dan dihargai. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap mekanisme transformasi tersebut melalui analisis mendalam terhadap profil Instagram @imagicartoonstudio, sekaligus memberikan kontribusi terhadap diskursus akademis mengenai kondisi pekerja digital di Indonesia.

Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah: (1) Bagaimana invisible labor termanifestasi dalam praktik produksi konten berbasis AI di ImagiCartoonStudio? (2) Bagaimana konsep aspirational labor dan visibility paradox Duffy dapat menjelaskan dinamika kerja yang tampak pada profil Instagram @imagicartoonstudio? Dan (3) Apa implikasi dari temuan ini terhadap pemahaman kondisi pekerja kreatif digital di Indonesia.

Konsep **aspirational labor** yang dikemukakan oleh Brooke Erin Duffy menjelaskan kondisi pekerja kreatif digital yang melakukan investasi waktu, tenaga, dan kreativitas sering kali tanpa bayaran dengan harapan passion dapat berubah menjadi karier yang menghasilkan keuntungan ekonomi dan simbolis. Dalam praktiknya, platform digital dan industri kreatif memanfaatkan harapan tersebut sebagai mekanisme produksi nilai, sementara hanya sebagian kecil kreator yang benar-benar mencapai stabilitas ekonomi.

Di era AI generatif, tuntutan kerja kreatif menjadi semakin kompleks karena kreator harus terus mempelajari teknologi baru, memahami algoritma platform, serta menjaga eksistensi digital mereka. Kondisi ini berkaitan dengan **visibility paradox**, yaitu situasi ketika pekerja media sosial menciptakan visibilitas bagi merek atau akun digital, tetapi kerja dan identitas mereka sendiri tetap tidak terlihat (*invisible labor*).

Invisible labor mencakup kerja teknis, afektif, dan kuratorial yang berlangsung secara *always-on*, tanpa batas waktu kerja yang jelas. Pekerja digital dituntut selalu responsif terhadap audiens, melakukan kerja emosional, serta menjaga hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan. Selain itu, pekerjaan komunikasi dan pengelolaan komunitas sering mengalami devaluasi karena dianggap sebagai kemampuan alami, bukan keahlian profesional yang layak dihargai.

Seluruh kondisi tersebut diperkuat oleh ideologi **entrepreneurial devotion**, yang menempatkan keberhasilan sepenuhnya sebagai tanggung jawab individu kreator. Akibatnya, kreator terus berinvestasi dalam pengembangan diri, teknologi, dan produksi konten seperti pada praktik produksi AI di ImagiCartoonStudio meskipun tanpa jaminan imbalan ekonomi yang sebanding.

Tabel 1. Operasionalisasi Konsep Teoretis Brooke Erin Duffy dalam Produksi Konten Berbasis AI

Konsep Utama Duffy	Definisi Operasional	Manifestasi pada Produksi Konten AI
Aspirational Labor	Kerja tak berbayar yang dilakukan demi harapan sukses masa depan	Belajar alat AI baru dan riset prompt tanpa kompensasi langsung
Visibility Paradox	Merek yang sangat terlihat namun pekerjanya terhapus secara identitas	Penggunaan akun studio yang menutupi identitas individu kreatif di baliknya
Always-on Subjectivity	Tuntutan untuk selalu aktif memantau algoritma dan audiens	Memproduksi konten harian agar algoritma tetap memprioritaskan akun
Gendered Labor	Devaluasi kerja komunikasi dan afektif sebagai "keterampilan alami"	Manajemen komunitas dan layanan pelanggan yang dianggap tugas sekunder
Entrepreneurial Devotion	Kesetiaan pada merek dan platform demi keuntungan simbolis	Ketergantungan total pada Instagram dan alat AI pihak ketiga untuk eksistensi bisnis

METODE PENELITIAN

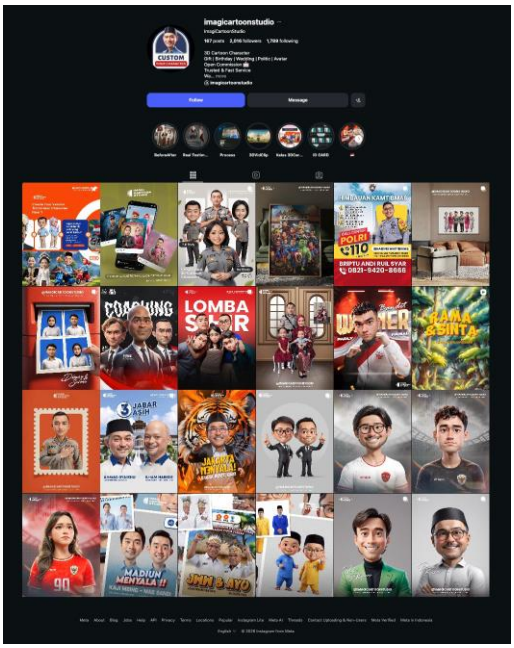
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis teks dan analisis visual (visual analysis) terhadap profil Instagram @imagicartoonstudio. Pemilihan pendekatan kualitatif juga relevan untuk memahami pengalaman pekerja kreatif digital yang sering tidak terlihat dalam narasi publik media sosial (Duffy, 2017).

Data primer dikumpulkan melalui observasi sistematis terhadap seluruh elemen profil Instagram @imagicartoonstudio, mencakup: (1) tampilan grid unggahan; (2) bio dan informasi profil; (3) konten Story Highlights; (4) teks caption dan tagar yang digunakan; serta (5) pola dan frekuensi unggahan. Data visual dianalisis menggunakan pendekatan semiotika visual untuk mengidentifikasi pesan yang tersurat maupun tersirat dalam pilihan estetika dan strategi presentasi konten.

Kerangka analitis yang digunakan adalah perspektif Brooke Erin Duffy mengenai aspirational labor, visibility paradox, dan invisible labor dalam ekonomi media sosial. Setiap elemen profil diinterpretasikan melalui lensa teoritis ini untuk mengungkap bagaimana mekanisme kerja yang tidak terlihat terbentuk dan dipertahankan dalam praktik produksi konten berbasis AI.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Visual Profil Instagram @imagicartoonstudio: Membaca Invisible Labor di Balik Tampilan



Gambar 1. Tampilan akun Instagram @imagicartoonstudio
Sumber: Dokumentasi peneliti dari akun Instagram @imagicartoonstudio.

Identitas Visual dan Konstruksi Merek

Observasi terhadap profil Instagram @imagicartoonstudio mengungkapkan strategi branding yang matang dan terencana. Akun ini memiliki 167 unggahan dengan lebih dari 2.000 pengikut dan mengikuti 1.789 akun, sebuah angka yang menunjukkan strategi follow-for-follow yang umum digunakan untuk membangun audiens awal di Instagram. Foto profil menggunakan karakter kartun 3D laki-laki yang mengenakan pakaian formal berupa jas dan peci, sebuah pilihan estetis yang tidak acak: karakter ini memproyeksikan kombinasi profesionalisme (jas) dan identitas kultural Indonesia (peci), sehingga menciptakan persona merek yang sekaligus modern dan membumi secara lokal.

Biopil bertuliskan "3D Cartoon Character | Gift | Birthday | Wedding | Politic | Avatar | Open Commission | Trusted & Fast Service" diikuti oleh tautan ke WhatsApp. Setiap kata dalam bio ini merupakan keputusan kuratorial yang disengaja. Daftar layanan yang lengkap berfungsi sebagai kata kunci SEO (Search Engine Optimization) dalam pencarian Instagram, sementara klaim "Trusted & Fast Service" membangun kepercayaan sebelum interaksi pertama terjadi. Tautan WhatsApp menandakan bahwa meskipun akuisisi pelanggan terjadi di Instagram, konversi dan pengelolaan pesanan berlangsung melalui kanal komunikasi langsung yang membutuhkan keterlibatan manusia yang intensif.

Membaca bio ini melalui lensa Duffy (2017), tampak jelas bahwa konstruksi identitas merek ini sendiri merupakan produk dari aspirational labor yang signifikan. Seseorang atau sekelompok orang telah berinvestasi waktu dan pemikiran untuk merancang bagaimana studio ini dipersepsikan oleh calon pelanggan. Investasi ini tidak terlihat dalam hasil akhir bio yang ringkas, namun merupakan bagian esensial dari kerja digital yang tidak berbayar.

Analisis Grid Instagram: Konsistensi sebagai Produk Kerja Tersembunyi

Tampilan grid Instagram @imagicartoonstudio menampilkan pola visual yang sangat konsisten. Seluruh konten menggunakan karakter kartun 3D dengan kualitas render yang seragam, palet warna yang terkontrol, dan komposisi yang serupa. Konsistensi visual ini bukan sesuatu yang dihasilkan secara otomatis oleh AI, melainkan merupakan produk dari kerja kuratorial yang intensif dan berkelanjutan.

Konsistensi unggahan dan tampilan visual akun memperlihatkan bagaimana visibilitas merek dikelola secara strategis untuk membangun citra profesional, sementara proses kerja di balik produksi konten menjadi kurang terlihat (Duffy & Sawey, 2022).

Setiap gambar yang muncul di grid merupakan satu gambar yang "lolos" dari proses seleksi panjang terhadap banyak hasil generasi AI yang gagal atau tidak memuaskan. Platform AI generatif seperti Midjourney menghasilkan output yang sangat bervariasi dalam kualitas, dari gambar yang memiliki kesalahan anatomis seperti jari tangan yang tidak wajar, wajah yang distorsi, atau tekstur yang inkonsisten hingga gambar yang mendekati sempurna. Memilih yang layak dari yang tidak layak membutuhkan mata terlatih dan waktu yang tidak sedikit.

Lebih jauh, konsistensi grid Instagram juga menuntut kerja perencanaan konten (content planning) yang proaktif. Operator akun harus memikirkan komposisi visual grid secara keseluruhan, bagaimana satu unggahan baru akan "tampak" di samping unggahan-unggahan sebelumnya untuk mempertahankan estetika yang koheren. Pekerjaan perencanaan ini, yang mungkin memakan waktu berjam-jam per minggu, sepenuhnya tidak terlihat bagi pengikut yang hanya melihat hasil akhirnya.

Mengacu pada konsep *always-on subjectivity* dari Duffy (2017), konsistensi unggahan juga memiliki dimensi temporal yang penting. Platform media sosial seperti Instagram cenderung memberikan visibilitas lebih besar pada akun yang aktif dan rutin mengunggah konten, sehingga kreator terdorong untuk mempertahankan ritme produksi secara terus-menerus (Duffy et al., 2021). Ini berarti operator akun merasakan tekanan untuk terus memproduksi konten baru, bahkan ketika tidak ada pesanan pelanggan yang harus dipenuhi. Produksi konten demi algoritma, bukan demi pelanggan, adalah bentuk invisible labor yang secara langsung menguntungkan platform (Instagram/Meta), namun tidak memberi kompensasi langsung bagi operator.

Analisis Highlights: Narasi yang Dipilih dan Kerja yang Disembunyikan

Story Highlights pada profil @imagicartoonstudio mengungkapkan strategi komunikasi yang sangat terkurasi. Berdasarkan observasi, terdapat beberapa sorotan utama yang relevan untuk dianalisis:

"BeforeAfter" Sorotan ini menampilkan perbandingan foto asli pelanggan dengan karakter 3D yang telah dibuat. Secara retoris, sorotan ini berfungsi sebagai bukti sosial (social proof) yang paling kuat: menunjukkan transformasi yang dramatis dari foto biasa menjadi karakter kartun 3D yang menarik. Namun, apa yang tidak ditampilkan dalam sorotan ini sama pentingnya dengan apa yang ditampilkan. Proses di antara "before" dan "after": berapa banyak iterasi prompt yang dibutuhkan, berapa banyak hasil AI yang ditolak, berapa lama waktu yang dihabiskan untuk menyempurnakan detail sepenuhnya dihapus dari narasi. Yang tersisa hanyalah keajaiban transformasi yang tampak instan, memperkuat ilusi otomasi yang sempurna.

Dalam konteks media sosial, merek dan hasil visual sering dibuat sangat terlihat melalui strategi branding dan tampilan konten yang konsisten, sementara proses kerja di baliknya cenderung disembunyikan dari publik (Duffy, 2017; Gray & Suri, 2019).

"Process" Sorotan ini sekilas tampak sebagai upaya transparansi, menunjukkan kepada audiens bagaimana karakter 3D dibuat. Namun, analisis lebih dekat mengungkapkan bahwa ini adalah "transparansi terseleksi" (selective transparency). Cuplikan yang ditampilkan biasanya hanya menunjukkan bagian-bagian yang tampak "keren" dan "teknologi" dari proses produksi, misalnya, antarmuka platform AI yang menghasilkan gambar, bukan bagian-bagian yang memperlihatkan upaya manusia seperti percobaan prompt berulang yang gagal, pengeditan manual di perangkat lunak pengolah gambar, atau komunikasi panjang dengan pelanggan untuk memahami ekspektasi mereka.

Strategi ini sejalan dengan apa yang Duffy (2017) identifikasi sebagai konstruksi narasi aspirational labor: menampilkan cukup banyak proses untuk membuat hasilnya tampak dapat dicapai dan menarik, namun menyembunyikan cukup banyak untuk mempertahankan aura eksklusivitas dan keahlian. Dalam kasus ImagiCartoonStudio, transparansi parsial ini berfungsi ganda: membangun kepercayaan pelanggan dan memasarkan kelas pelatihan yang juga ditawarkan.

"Kelas 3DCartoon" Keberadaan sorotan kelas pelatihan adalah indikator paling jelas dari dinamika aspirational labor dalam ekosistem ImagiCartoonStudio. Dengan menawarkan kelas untuk mengajarkan cara membuat karakter 3D berbasis AI, studio ini menempatkan dirinya tidak hanya sebagai penyedia layanan,

tetapi juga sebagai gateway ke peluang ekonomi di industri kreatif digital. Framing ini secara eksplisit menjual narasi aspirasional: "Belajar dari kami dan Anda juga bisa mendapatkan penghasilan dari konten AI."

Namun demikian, dalam kerangka Duffy (2017), penawaran kelas pelatihan ini juga mereproduksi struktur aspirational labor: peserta kelas berinvestasi waktu dan uang dengan harapan bahwa pengetahuan ini akan membuka peluang ekonomi, tanpa ada jaminan bahwa investasi tersebut akan berbuah hasil. Mereka menjadi bagian dari ekosistem yang menguntungkan platform dan penyedia kelas, sementara posisi mereka sendiri tetap tidak pasti.

Tema Konten: Membaca Pasar melalui Lensa Aspirational Labor

Observasi terhadap konten grid @imagicartoonstudio mengungkapkan beberapa tema utama yang mencerminkan segmentasi pasar yang telah dipetakan dengan cermat:

Konten Profesi dan Kedinasan Karakter berseragam polisi, militer, dan profesi formal lainnya mendominasi sebagian besar grid. Segmen pasar ini mencerminkan permintaan yang kuat dari individu-individu yang ingin mengekspresikan identitas profesional mereka dalam format visual yang modern dan menarik untuk profil media sosial atau hadiah. Produksi konten untuk segmen ini membutuhkan kemampuan teknis khusus: memahami detail seragam yang akurat, tekstur bahan yang meyakinkan, dan ekspresi wajah yang tepat agar karakter terlihat autentik.

Konten Keluarga dan Pernikahan Konten yang menampilkan pasangan dan keluarga dalam format kartun 3D menunjukkan pasar untuk momen-momen emosional. Segmen ini membutuhkan tingkat kerja afektif (affective labor) yang lebih tinggi dari operator: memahami dinamika emosional pelanggan, menyesuaikan ekspresi karakter agar mencerminkan kepribadian orang yang bersangkutan, dan mengelola harapan pelanggan yang mungkin sangat personal terhadap hasilnya.

Konten Ilustrasi dan Fiksi Beberapa unggahan menampilkan karakter-karakter fiksi atau ilustrasi bertema tertentu yang menunjukkan kemampuan studio dalam mengerjakan proyek yang lebih kreatif dan eksploratoris. Konten jenis ini biasanya membutuhkan lebih banyak iterasi prompt dan eksperimentasi dengan gaya visual yang berbeda-beda.

Dari perspektif Duffy (2017), variasi tema konten ini mencerminkan bagaimana operator akun secara aktif memetakan dan mengikuti tren pasar pekerjaan riset dan adaptasi yang tidak pernah berhenti dan tidak pernah terlihat dalam hasil akhir yang ditampilkan di grid.

Membedah Mekanisme Invisible Labor dalam Proses Kerja AI

Tahap Pra-Produksi: Ekosistem Kerja yang Tidak Terlihat

Proses produksi di ImagiCartoonStudio tidak dimulai ketika seseorang menekan tombol "generate" di platform AI. Jauh sebelum itu, terdapat ekosistem kerja persiapan yang kompleks dan memakan waktu signifikan.

Pertama, ada riset tren visual yang berkelanjutan. Operator harus secara aktif memantau perkembangan tren desain karakter di media sosial : gaya apa yang sedang populer, warna apa yang mendominasi, ekspresi seperti apa yang paling banyak mendapat respons positif dari audiens Indonesia. Riset ini melibatkan analisis kompetitor, pemantauan hashtag relevan, dan evaluasi performa konten sendiri melalui Instagram Insights. Semua ini adalah pekerjaan analis yang nyata, namun dikerjakan dalam kapasitas yang tidak dibayar sebagai bagian dari operasional harian studio.

Kedua, ada pengembangan dan pemeliharaan prompt library. Dalam produksi AI generatif, kualitas output sangat bergantung pada kualitas input (prompt). Mengembangkan prompt yang secara konsisten menghasilkan output berkualitas tinggi adalah proses trial-and-error yang membutuhkan eksperimentasi ekstensif. Satu prompt yang berfungsi dengan baik hari ini mungkin menghasilkan output yang berbeda setelah platform AI melakukan pembaruan. Oleh karena itu, operator harus terus memperbarui dan menguji prompt library mereka, pekerjaan teknis yang tidak pernah selesai dan tidak pernah terlihat oleh pelanggan.

Dalam kerangka Duffy (2017), pengembangan prompt library merupakan salah satu bentuk aspirational labor yang paling jelas: investasi waktu dan keahlian yang besar yang dilakukan atas dasar harapan bahwa pengetahuan ini akan menghasilkan keunggulan kompetitif di masa depan, namun tanpa jaminan kompensasi yang pasti.

Ketiga, ada manajemen ekspektasi pelanggan di tahap awal. Sebelum proses produksi dimulai, operator harus berkomunikasi dengan pelanggan untuk memahami dengan tepat apa yang mereka inginkan. Ini melibatkan pertanyaan tentang pose, ekspresi, kostum, aksesori, latar belakang, dan nuansa-nuansa lain yang akan memengaruhi hasil akhir. Komunikasi ini yang berlangsung melalui WhatsApp atau Direct Message Instagram adalah kerja afektif yang intensif, namun tidak dihitung sebagai bagian dari "waktu produksi" dalam penentuan harga layanan.

Tahap Produksi: Kurasi, Seleksi, dan Koreksi Manual

Tahap produksi dalam ekosistem AI generatif jauh lebih intensif secara manusia daripada yang dipahami secara umum. Ketika seseorang memasukkan prompt ke dalam platform seperti Midjourney atau OpenArt, platform tersebut menghasilkan beberapa variasi gambar sekaligus. Dari sekian banyak variasi yang dihasilkan, operator harus melakukan seleksi berdasarkan kriteria estetika, teknis, dan kesesuaian dengan keinginan pelanggan.

Namun, seleksi bukanlah akhir dari proses. Hampir tidak ada gambar AI yang langsung siap digunakan tanpa koreksi. Sebagaimana diidentifikasi oleh para peneliti di bidang kerja AI (GIZ, 2026), "ghost work" dalam sistem AI kerja manusia yang menjaga sistem agar berfungsi dengan baik adalah fenomena yang meluas dan sangat merendahkan nilai tenaga kerja. Dalam konteks ImagiCartoonStudio, ghost work ini mencakup:

Koreksi anatomis merupakan tahap penting dalam proses produksi konten berbasis AI, terutama untuk memperbaiki kesalahan umum yang sering muncul pada hasil generatif, seperti bentuk jari tangan yang tidak wajar, proporsi wajah yang tidak simetris, maupun posisi tubuh yang terlihat tidak alami. Proses ini umumnya memerlukan penggunaan perangkat lunak pengeditan gambar seperti **Adobe Photoshop** atau aplikasi sejenis, serta didukung oleh keahlian dalam desain grafis digital agar hasil akhir tampak lebih realistis dan profesional. Selain itu, konsistensi merek juga menjadi perhatian utama, di mana setiap karakter yang dihasilkan harus mempertahankan gaya visual yang selaras dengan keseluruhan portofolio studio, termasuk keseragaman dalam pencahayaan, tekstur visual, dan palet warna yang digunakan. Di sisi lain, kustomisasi pelanggan dilakukan dengan mengintegrasikan referensi visual yang diberikan klien, seperti foto asli, ke dalam proses penyusunan prompt. Tahap ini biasanya melibatkan penyesuaian berulang hingga karakter yang dihasilkan mampu merepresentasikan individu yang dimaksud secara lebih akurat dan sesuai dengan harapan pelanggan.

Setiap langkah ini membutuhkan penilaian manusia yang tidak dapat sepenuhnya diotomasi. Dan setiap langkah ini tidak terlihat dalam hasil akhir yang diterima pelanggan atau yang ditampilkan di grid Instagram.

Narasi otomatisasi dalam teknologi AI sering menampilkan hasil akhir yang terlihat cepat dan efisien, sementara proses kerja manusia di baliknya menjadi tidak terlihat dalam representasi publik platform digital (Gray & Suri, 2019; Fuchs, 2015).

Tahap Pasca-Produksi: Distribusi, Algoritma, dan Kerja Afektif Berkelanjutan

Setelah konten selesai diproduksi dan dikirimkan kepada pelanggan, pekerjaan operator ImagiCartoonStudio tidak berhenti. Tahap pascaproduksi mencakup serangkaian aktivitas yang sama intensifnya, namun jauh lebih tidak terlihat.

Manajemen algoritma Instagram: memutuskan kapan mengunggah konten adalah keputusan strategis yang didasarkan pada pemahaman tentang kapan audiens target paling aktif di platform. Pemilihan tagar (hashtag) yang tepat, penulisan caption yang menarik sekaligus mengandung kata kunci relevan, dan keputusan tentang format konten (foto, carousel, atau Reels) semuanya memengaruhi bagaimana algoritma Instagram mendistribusikan konten kepada pengguna yang berpotensi menjadi pelanggan. Pekerjaan optimasi algoritma ini adalah pekerjaan teknis dan analitis yang nyata, namun hampir tidak pernah diperhitungkan dalam kalkulasi biaya operasional studio.

Kerja afektif dengan audiens Setelah konten diunggah, operator harus secara aktif mengelola interaksi yang terjadi: membalas komentar dengan cepat dan hangat, merespons Direct Message dari calon pelanggan yang bertanya tentang layanan, dan menangani pelanggan yang mengekspresikan ketidakpuasan. Duffy (2017) menekankan bahwa kerja afektif ini, yang mencakup manajemen emosi diri dan pengelolaan emosi orang lain, adalah salah satu bentuk invisible labor yang paling melelahkan namun paling tidak dihargai dalam ekonomi media sosial.

Pemantauan performa dan adaptasi Setelah setiap unggahan, operator perlu memantau metrik performa (jumlah likes, komentar, reach, impressions, dan saves) untuk memahami jenis konten apa yang paling berhasil menarik perhatian. Data ini kemudian digunakan untuk menginformasikan strategi konten ke depannya. Proses analisis dan adaptasi ini, yang harus dilakukan secara berkelanjutan, merupakan bentuk kerja manajerial yang nyata namun tidak pernah terlihat dalam tampilan grid yang rapi.

Tabel 2. Bentuk Invisible Labor dalam Produksi Konten AI pada ImagiCartoon Studio

Tahapan Kerja	Bentuk Invisible Labor	Relevansi dengan Teori Duffy
Riset Tren	Analisis kompetitor dan identifikasi pola viralitas	Aspirational Labor: investasi tanpa kompensasi langsung
Pengembangan Prompt	Eksperimentasi teknis berkelanjutan	Always-on Subjectivity: tidak ada batas kerja yang jelas
Seleksi Hasil AI	Filtrasi manual terhadap output yang gagal/cacat	Invisible Labor: kerja yang dihapus dari narasi publik
Koreksi Visual	Pengeditan manual detail anatomis dan estetika	Visibility Paradox: hasil terlihat "otomatis", proses tidak terlihat

Paradoks Visibilitas pada @imagicartoonstudio: Antara Branding dan Penghapusan Identitas

Profil @imagicartoonstudio memperlihatkan bagaimana media sosial membangun visibilitas merek dan hasil akhir produksi, sementara proses kerja manusia yang mendukung produksi AI menjadi kurang terlihat dalam representasi publik platform digital (Fuchs, 2015; Duffy, 2017). Merek "ImagiCartoonStudio" memiliki identitas visual yang kuat dan terlihat jelas: logo yang konsisten, estetika yang teridentifikasi, dan persona yang terdefinisi dengan baik. Namun, siapa yang berdiri di balik akun ini? Tidak ada nama individu yang disebutkan, tidak ada wajah manusia yang terlihat selain karakter kartun yang menjadi foto profil, dan tidak ada pengakuan eksplisit terhadap siapa pun yang bertanggung jawab atas kerja kreatif dan teknis yang menghasilkan konten-konten tersebut.

Penghapusan identitas individu di balik akun merek ini bukan fenomena yang unik untuk ImagiCartoonStudio. Dalam industri konten digital, pekerja kreatif sering didorong untuk membangun identitas merek yang konsisten sehingga perhatian publik lebih terfokus pada citra merek dibandingkan proses kerja individual di baliknya (Duffy, 2017).

Namun, dalam konteks produksi konten berbasis AI, lapisan penghapusan ini menjadi berlipat ganda. Tidak hanya identitas operator manusia yang dihapus dari narasi, tetapi juga peran manusia dalam proses produksi secara keseluruhan yang dikaburi oleh wacana otomasi AI. Hasil visual yang ditampilkan di grid Instagram seolah-olah muncul secara ajaib dari mesin yang bekerja tanpa henti, sebuah representasi yang secara fundamental misleading namun secara strategis menguntungkan untuk pemasaran.

Klaim "Trusted & Fast Service" dalam bio akun adalah manifestasi paling eksplisit dari paradoks ini. "Fast" dalam klaim tersebut diasosiasikan dengan kemampuan AI untuk menghasilkan gambar dalam hitungan detik atau menit. Namun, kecepatan itu hanya berlaku untuk satu tahap dari keseluruhan proses produksi, tahap generasi gambar oleh AI itu sendiri. Semua tahap lain riset, prompting, seleksi, koreksi, komunikasi pelanggan, distribusi membutuhkan waktu yang jauh lebih lama dan tidak dapat dikategorikan sebagai "fast" dalam pengertian yang sebenarnya.

Dalam kerangka Duffy (2017), klaim "fast" ini adalah contoh bagaimana wacana teknologi digunakan untuk mendevaluasi kerja manusia: dengan mengeklaim bahwa layanan itu cepat, secara implisit dinyatakan bahwa layanan itu tidak membutuhkan upaya signifikan dari manusia, dan karenanya tidak perlu dihargai secara proporsional dalam penetapan harga.

Dampak terhadap Pekerja Kreatif Digital di Indonesia

Ketidakstabilan Ekonomi dan Absennya Perlindungan

Kondisi kerja yang digambarkan melalui analisis @imagicartoonstudio mencerminkan tren yang lebih luas dalam industri kreatif digital di Indonesia. Sebagian besar pekerja dalam ekosistem produksi konten AI beroperasi sebagai pekerja lepas (freelancer) atau wirausaha mandiri, tanpa akses ke jaminan sosial, tunjangan kesehatan, atau keamanan kerja yang biasa dinikmati oleh pekerja formal (GIZ, 2026).

Kondisi ini diperparah oleh sifat pendapatan yang sangat fluktuatif dalam industri konten digital. Permintaan pesanan bisa sangat tinggi pada periode tertentu (misalnya menjelang hari raya atau musim pernikahan), namun sangat rendah pada periode lain. Sementara itu, operator tetap harus menginvestasikan waktu untuk mempertahankan kehadiran aktif di platform , terus mengunggah konten, berinteraksi dengan audiens, dan memperbarui keahlian teknis meskipun tidak ada pesanan yang masuk. Pekerjaan pemeliharaan akun ini, yang dilakukan tanpa kompensasi langsung, adalah bentuk aspirational labor yang paling murni dalam terminologi Duffy (2017).

Skill Devaluation dan Keharusan Adaptasi Berkelanjutan

Penggunaan AI dalam produksi kreatif membawa paradoks keahlian yang menarik: di satu sisi, AI menurunkan ambang batas teknis untuk menghasilkan visual berkualitas tinggi, sehingga keterampilan tradisional seperti ilustrasi manual menjadi kurang bernilai secara ekonomi. Di sisi lain, produksi konten AI yang efektif membutuhkan seperangkat keahlian baru yang sama sulitnya untuk dikuasai: pemahaman mendalam tentang cara kerja platform AI, kemampuan prompt engineering yang canggih, dan kemampuan mengidentifikasi kualitas output AI yang baik versus yang bermasalah.

Duffy (2017) menjelaskan bahwa pekerja kreatif digital terus melakukan investasi waktu dan keterampilan demi mempertahankan visibilitas serta relevansi profesional mereka. Dalam era AI generatif, investasi tersebut mencakup kemampuan prompt engineering yang harus terus diperbarui mengikuti perkembangan teknologi AI yang cepat (Bender, 2025). Operator ImagiCartoonStudio dan studio serupa harus terus-menerus belajar dan beradaptasi, namun investasi pembelajaran ini jarang dimasukkan sebagai biaya dalam penetapan harga layanan mereka.

Alienasi Kreatif dan Hilangnya Kepemilikan Karya

Dimensi yang lebih halus namun tidak kalah signifikan dari dampak invisible labor dalam produksi AI adalah apa yang dapat disebut sebagai creative alienation, keterasingan kreatif yang dirasakan oleh operator ketika karya yang dihasilkan tidak terasa sepenuhnya "milik mereka." Dalam produksi manual tradisional, kreator memiliki hubungan langsung dan personal dengan setiap karya yang dihasilkan. Dalam produksi berbasis AI, peran kreator lebih bersifat direktorial: mengarahkan, memilih, dan menyempurnakan daripada menciptakan dari nol.

Kondisi ini menciptakan ambiguitas identitas profesional yang sulit dinavigasi: apakah operator ImagiCartoonStudio seorang "seniman digital", seorang "teknisi AI", atau seorang "manajer platform"? Ketidakjelasan identitas ini, yang merupakan konsekuensi struktural dari cara kerja berbasis AI, membuat para pekerja menjadi lebih rentan dalam bernegosiasi tentang nilai dan harga kerja mereka.

Diskusi: Implikasi Temuan dan Relevansi Kebijakan

Temuan dari analisis ini memiliki beberapa implikasi penting, baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, studi ini menunjukkan bahwa kerangka konseptual Duffy mengenai aspirational labor dan invisible labor memiliki daya jelaskan yang kuat dan relevan ketika diterapkan pada konteks produksi konten berbasis AI di Indonesia. Konsep-konsep yang dikembangkan Duffy dalam konteks industri kreatif Barat terbukti dapat diterapkan untuk memahami dinamika kerja digital di negara berkembang, dengan beberapa nuansa yang perlu diperhatikan terkait konteks lokal Indonesia.

Namun demikian, terdapat juga keterbatasan dalam penerapan teori Duffy secara langsung. Konsep gendered labor Duffy, misalnya, perlu dikontekstualisasikan lebih mendalam dalam kerangka struktur gender dan budaya kerja Indonesia yang memiliki karakteristik tersendiri. Penelitian lanjutan yang menggunakan metode etnografi digital atau wawancara mendalam dengan operator aktif di balik akun seperti @imagicartoonstudio akan dapat menghasilkan pemahaman yang lebih kaya dan bernuansa.

Secara praktis, temuan ini menunjukkan kebutuhan mendesak untuk pengembangan kebijakan perlindungan pekerja digital di Indonesia yang secara eksplisit mengakui dan melindungi berbagai bentuk invisible labor dalam ekosistem produksi konten berbasis AI. Regulasi yang ada saat ini belum memadai untuk menangkap kompleksitas kerja digital kontemporer, terutama ketika batas antara bekerja dan belajar, antara berkarya dan berpromosi, menjadi semakin kabur dalam ekonomi aspirational labor.

KESIMPULAN

Analisis terhadap profil Instagram @imagicartoonstudio melalui perspektif teoritis Brooke Erin Duffy mengungkapkan realitas yang jauh lebih kompleks dari apa yang tampak di permukaan. Di balik grid karakter kartun 3D yang rapi, konsisten, dan tampak dihasilkan secara ajaib oleh teknologi AI, terdapat ekosistem kerja manusia yang intensif, berkelanjutan, dan sebagian besar tidak terlihat: riset tren, pengembangan prompt, seleksi dan koreksi output AI, manajemen algoritma, dan pengelolaan hubungan afektif dengan pelanggan dan audiens.

Kasus ImagiCartoonStudio mendemonstrasikan dengan jelas bahwa AI tidak menggantikan invisible labor dalam produksi kreatif digital. AI mentransformasikannya ke dalam bentuk-bentuk baru yang bahkan lebih sulit untuk diidentifikasi, dihargai, dan dilindungi. Konsep-konsep Duffy aspirational labor, visibility paradox, always-on subjectivity, gendered labor, dan entrepreneurial devotion memberikan kerangka analitis yang kuat untuk memahami mekanisme transformasi ini.

Visibility paradox termanifestasi dengan jelas pada @imagicartoonstudio: merek yang sangat terlihat dan terpoles, namun pekerja dan prosesnya yang secara sistematis dihapus dari narasi publik demi mempertahankan ilusi efisiensi otomasi yang sempurna. Klaim "Trusted & Fast Service" dalam bio akun bukan sekadar strategi pemasaran; ia adalah ekspresi ideologis tentang bagaimana wacana teknologi AI digunakan untuk mendevaluasi dan menginvisibilkan kerja manusia di baliknya.

Temuan ini memiliki implikasi yang melampaui kasus tunggal ImagiCartoonStudio. Di seluruh Indonesia, semakin banyak kreator digital dan studio kecil yang beroperasi dalam ekosistem produksi konten berbasis AI yang serupa, menjanjikan efisiensi dan otomasi kepada pelanggan, sementara secara diam-diam mengandalkan intensitas kerja manusia yang tidak diakui dan tidak dihargai. Memahami dan mengakui realitas ini adalah langkah pertama yang esensial menuju pembangunan industri kreatif digital yang lebih adil, transparan, dan berkelanjutan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Bender, S. (2025). Generative-AI, the media industries, and the disappearance of human creative labor. *Media Practice and Education*. https://doi.org/10.1080/25741136.2024.2355597

Bulut, E. (2018). *Interview with Brooke Erin Duffy: Love and aspirational labor in the creative industries*. *Istanbul Kültür University Journal of Art and Design, 1*(2), 95–https://dergipark.org.tr/en/pub/ikuad/issue/39037/459464

Bulut, E. (2018). Interview with Brooke Erin Duffy: Love and aspirational labor in the creative industries. *Moment Dergi*, 5(2), 302-309. https://doi.org/10.17572/mj2018.2.302309

Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.

Duffy, B. E., Pinch, A., Sannon, S., & Sawey, M. (2021). The nested precarities of creative labor on social media. *Social Media + Society, 7*(2). https://doi.org/10.1177/20563051211021368

Duffy, B. E., & Sawey, M. (2022). In/visibility in social media work: The hidden labor behind the brands. *Media and Communication*, 10(1), 77–87. https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4460

Duffy, B. E., & Wissinger, E. (2017). Mythologies of creative work in the social media age: Fun, free, and "just being me." *International Journal of Communication, 11*, 4652–4671. https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/7322

Fuchs, C. (2015). *Digital labour and Karl Marx*. Routledge. https://www.routledge.com/Digital-Labour-and-Karl-Marx/Fuchs/p/book/9780415716161

Gray, M. L., & Suri, S. (2019). *Ghost work: How to stop Silicon Valley from building a new global underclass*. Houghton Mifflin Harcourt.

GIZ. (2026). *Invisible workers, visible harms: Perils and precarities of AI labor*. BMZ Digital Global. https://www.bmz-digital.global/en/initiatives/fair-forward/invisible-workers-visible-harms/

Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California Press.

Journal Mediaakademik. (2024). Pemanfaatan artificial intelligence (AI) dalam pengembangan konten multimedia digital. *Jurnal Media Akademik*. https://jurnal.mediaakademik.com

Proceeding Universitas Mataram. (2024). Dinamika perubahan industri kreatif di era artificial intelligence. *Proceeding Universitas Mataram*. https://proceeding.unram.ac.id

ResearchGate. (2023). *The romance of work: Gender and aspirational labor in the digital culture industries*. https://www.researchgate.net/publication/276384749_The_Romance_of_Work_Gender_and_Aspirational_Labour_in_the_Digital_Culture_Industries

ResearchGate. (2024). *Ethical use of AI in creative industries and recruitment: Legal, transparency, and data accountability implications*. https://www.researchgate.net/publication/394169920_Ethical_Use_of_AI_in_Creative_Industries_and_Recruitment_Legal_Transparency_and_Data_Accountability_Implications

ResearchGate. (2024). *Platform-specific self-branding: Imagined affordances of the social mediaecology*. https://www.researchgate.net/publication/318477479_Platform-Specific_Self-Branding_Imagined_Affordances_of_the_Social_Media_Ecology

Sekretariat Negara Republik Indonesia. (2024). *AI dan demokrasi: Kreativitas serta kontribusi generasi muda dalam kampanye Pemilu 2024*. https://www.setneg.go.id

TechPolicy Press. (2023). *AI and the future of artistic labor*. https://techpolicy.press/ai-and-the-future-of-artistic-labor/

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. (2023). *Artificial intelligence berpotensi mengancam industri kreatif, tapi…*https://umsida.ac.id/keberadaan-industri-kreatif-dan-ai/