

KECERDASAN BUATAN DAN SIMULASI PADA WANITA KARIER KOMPETITIF

Rewindinar¹, Clara Agnesia Herlambang², Dinda Prifaty Nareswara³,
Iis Mariam⁴

¹Institut Media Digital Emtek, Jakarta, Indonesia

²Bina Nusantara University, Tangerang, Indonesia

³Universitas Terbuka, Jakarta, Indonesia

⁴Institut Nida El Adabi, Bogor, Indonesia

ABSTRAK

Di era modern, kecerdasan dan penampilan menjadi aspek yang mendukung tingkat keberhasilan wanita karier. Memiliki penampilan menarik serta mengenakan pakaian trendi, ditambah dengan tas, sepatu, dan aksesoris bermerek, telah menjadi salah satu cara bagi wanita karier untuk meningkatkan citra profesional mereka. Lebih lanjut, kecerdasan buatan (AI) baru-baru ini menjadi media bagi wanita karier untuk menghadirkan diri mereka melampaui identitas aslinya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana simulasi AI memengaruhi karier wanita. Dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan terhadap sepuluh (10) wanita karier yang bekerja sebagai manajer junior dan sedang mencari peluang karier yang lebih baik. Mereka telah menggunakan AI untuk membuat foto diri yang akan dilampirkan pada curriculum vitae mereka. Selanjutnya, penelitian ini menganalisis perspektif Baudrillard, yang menunjukkan bahwa media telah membangun citra yang melampaui kenyataan. Mereka mensimulasikan diri untuk menampilkan keunggulan realitas dalam berbagai aspek wajah mereka sehingga terlihat jauh dari bentuk aslinya. Dalam konteks ini, mereka percaya bahwa AI meningkatkan peluang kesuksesan mereka untuk tampil lebih baik dibandingkan wanita lainnya. Oleh karena itu, wanita karier kini memanfaatkan teknologi (AI) sebagai simbol daya saing dalam dunia kerja.

Kata-kata Kunci: AI, simulasi, simbol, wanita karier, konsumsi

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SIMULATION ON COMPETITIVE CAREER WOMAN

ABSTRACT

In the modern era, intelligence and appearance aspects support the success rate of career women. Having an attractive appearance, and wearing trendy clothes in addition to branded bags, shoes, and accessories have become one way for career women to upgrade themselves professionally. Furthermore, AI has recently become a medium for career women present beyond themselves. Hence, this study was carried out to explore how AI simulation affects women's careers. In this case, in-depth interviews were conducted with ten (10) career women working as junior managers looking for a better career. They have used AI in making self-photos that will be attached to their curriculum vitae. Furthermore, this study analyzed Baudrillard's perspective, showing that media has constructed images beyond themselves. They simulate themselves to show the superiority of reality in all aspects of their face so that it is far from natural. In this case, they believe AI drives the success rate to perform better than other women. Therefore, career women now utilize technology (AI) as a symbol of competitive career women.

Keywords: AI, simulation, symbol, career women, consumption

PENDAHULUAN

Eksistensi wanita dalam dunia kerja di era modern semakin diakui dan diperhitungkan oleh masyarakat. Di Indonesia, jumlah wanita pekerja pada tahun 2022 mencapai 52,74 juta orang (BPS, 2022). Faktor-faktor yang mendukung peningkatan karier wanita pekerja meliputi latar belakang pendidikan yang kuat, pengalaman kerja yang cukup, rasa percaya diri yang tinggi yang meningkatkan kemampuan intrapersonal, serta rasa empati yang baik (Datta & Agarwal, 2017). Salah satu faktor yang berperan penting dalam kemajuan karier wanita adalah rasa percaya diri, yang sering kali dikaitkan dengan penampilan. Neumark et al. (2019) menyatakan bahwa wanita yang tampak lebih tua, meskipun memiliki penampilan yang lebih kompeten, dapat mengalami kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan yang diinginkan. Hal ini menegaskan bahwa tampilan fisik memiliki peran signifikan dalam dunia kerja.

Beberapa wanita merasa bahwa tanda-tanda penuaan dapat membuat mereka dianggap tidak kompeten dan kurang diperhatikan (Cecil et al., 2023). Norma kecantikan yang tidak realistis menuntut wanita untuk selalu terlihat muda, kurus, dan memiliki kulit kencang (Rodgers et al., 2019). Personal branding yang dikelola dengan baik dapat meningkatkan peluang karier, sebab tampilan profesional seseorang berkorelasi dengan *perceived employability*, yang memungkinkan mereka meraih karier yang lebih sukses (Gorbatov et al., 2019). Bagi wanita pekerja, tampilan profesional seperti riasan wajah yang rapi dan tampak muda, pakaian yang sesuai, serta penggunaan aksesoris bermerek dapat

menjadi faktor penunjang karier. Standar kecantikan yang umum seperti kulit mulus dan pipi tirus menjadi harapan banyak wanita untuk meningkatkan daya saing mereka di dunia kerja.

Untuk memenuhi standar kecantikan tersebut, banyak wanita berusaha merawat diri melalui perawatan wajah dan tubuh, bahkan rela berperilaku konsumtif untuk meningkatkan citra diri mereka. Hal ini terbukti dengan meningkatnya industri *skin care* yang menunjukkan perhatian besar wanita terhadap penampilannya. Namun, perkembangan teknologi juga memberikan solusi baru dalam membentuk tampilan diri yang ideal. Media sosial seperti Instagram telah menyediakan filter yang memungkinkan pengguna menampilkan diri dengan lebih menarik. Berbagai platform digital juga menawarkan fitur yang mempermudah pengguna dalam mengedit tampilan wajah mereka sesuai keinginan.

Teknologi semakin berkembang dan menjadi lebih atraktif bagi penggunaannya. Salah satu inovasi yang kini populer di masyarakat adalah Artificial Intelligence (AI). AI adalah sistem yang mampu memodifikasi, meningkatkan, atau bahkan menghasilkan konten sesuai dengan tujuan tertentu (Mieczkowski et al., 2021). AI dianggap sebagai perkembangan teknologi yang dinamis dan aktif dengan potensi besar dalam mengubah norma komunikasi di media. Saat ini, AI telah digunakan dalam berbagai platform, mulai dari email, media sosial, hingga aplikasi pengeditan foto.

AI tidak hanya berperan dalam dunia komunikasi tetapi juga telah menjadi alat bagi wanita karier dalam

membangun citra diri mereka. Teknologi ini memungkinkan pengguna untuk membuat profil diri secara online dengan tampilan yang lebih menarik dan sesuai dengan harapan. Hancock et al. (2020) menyatakan bahwa AI dapat digunakan untuk menciptakan representasi diri yang tidak sepenuhnya sesuai dengan realitas, baik dalam bentuk gambar maupun video. Dengan demikian, AI kini menjadi medium bagi wanita karier dalam mempresentasikan dirinya dengan cara yang lebih optimal.

Dalam konteks ini, studi ini bertujuan untuk memahami proses simulasi yang dilakukan oleh wanita karier melalui AI serta bagaimana konsumsi simbol terjadi dalam teknologi. Sejalan dengan teori Jean Baudrillard, media memiliki peran dalam menciptakan simulasi yang membangun realitas artifisial. Baudrillard (Purwanti & Mas'ud, 2019) menyatakan bahwa masyarakat modern hidup dalam dunia simulasi di mana batas antara kenyataan dan imajinasi menjadi semakin kabur. Simulasi yang ditampilkan di media tidak lagi mencerminkan realitas objektif, melainkan merepresentasikan dunia yang telah dikonstruksi oleh teknologi dan tanda-tanda visual.

Dalam masyarakat kontemporer, individu semakin terdorong untuk memasuki dunia realitas virtual di mana konsumsi citra yang disajikan oleh media menjadi faktor dominan (Saumantri & Zikrillah, 2020). Teknologi telah memungkinkan manusia menciptakan berbagai tanda, simbol, dan kode yang mendukung simulasi. Simulasi ini pada akhirnya membentuk realitas baru yang mengaburkan batas antara yang nyata dan yang artifisial. Baudrillard juga menekankan bahwa media massa telah menyederhanakan proses simulasi dengan menciptakan dunia yang terdiri dari tanda dan kode tanpa referensi yang jelas terhadap

realitas asli (Herlambang & Rewindinar, 2023).

Dengan berkembangnya AI, simulasi yang diciptakan menjadi semakin sulit dibedakan dari kenyataan. Teknologi ini memungkinkan siapa saja untuk tampil dan menampilkan diri mereka sesuai keinginan, termasuk dalam praktik mengedit foto agar tampak lebih ideal. Christanti et al. (2021) menekankan bahwa foto yang telah diedit menggunakan filter merupakan bentuk simulasi, di mana individu menampilkan sesuatu yang tidak benar-benar mereka miliki. Foto tersebut tidak lagi mewakili realitas sebenarnya, melainkan menjadi konstruksi citra yang dihasilkan oleh teknologi.

Dalam studi ini, fenomena penggunaan AI oleh wanita karier dianalisis melalui perspektif simulasi Baudrillard. Studi ini berusaha memahami bagaimana teknologi AI digunakan dalam membentuk citra diri serta dampaknya terhadap identitas dan kesuksesan karier wanita. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran teknologi dalam membentuk konstruksi sosial dan simbol kompetitif dalam dunia kerja.

METODE PENELITIAN

Studi saat ini adalah penelitian dengan pendekatan Critical Constructivist dimana hendak mengeksplorasi simulasi yang terjadi pada aktivitas wanita karir yang menggunakan AI dalam CV nya dan aktif mencari pekerjaan baru. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah *critical reflection*.

Wawancara dilakukan pada tiga wanita yang hendak mencari pekerjaan dan mengirimkan CV nya ke berbagai perusahaan. Karakteristik ini adalah wanita yang memiliki keinginan untuk memenangi persaingan dalam mencari

pekerjaan dan mendapat pekerjaan baru untuk menaikkan tingkat profesionalitasnya. Adapun informan yang didapati dalam penelitian ini merupakan referensi dari informan satu ke informan lainnya. Sehingga asumsinya mereka memiliki kesamaan minat dan perilaku dalam penggunaan AI. Observasi juga dilakukan untuk melihat bagaimana wanita karir mensimulasikan dirinya dalam menggunakan aplikasi AI. Kemudian, peneliti menganalisis dengan refleksi melalui pandangan Baudrillard yang melihat kebutuhan konsumsi yang mengejar simbol yang didorong oleh media. Jenis penelitian ini merujuk pada interogasi dari seperangkat data melalui pandangan yang mengidentifikasi bias ideologi dan implikasi dari bias relasi kekuasaan (Baxter & Babbie, 2004). Kajian literatur juga menjadi sumber untuk peneliti menganalisis secara kritis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi Sebagai Media Informasi Peluang Peningkatan Karir

Teknologi secara signifikan telah mengubah bagaimana kita mencari pekerjaan dan mengembangkan karier kita. Portal pencarian kerja adalah salah satu contoh utama bagaimana teknologi telah menjadi media informasi yang sangat penting untuk membuka peluang karir yang lebih besar (Taewoo, 2019). Dengan menggunakan portal pencarian kerja, dapat menemukan ribuan pekerjaan yang berbeda di berbagai industri dan tempat. Dengan beberapa klik, dapat melihat berbagai pekerjaan yang sesuai dengan minat dan kualifikasi. Teknologi memungkinkan pencarian yang sangat akurat. dapat menyaring pekerjaan yang sesuai dengan kriteria dengan menggunakan filter seperti lokasi, industri, gaji, atau bahkan

kata kunci tertentu (Gemeda & Lee, 2020).

Portal pencarian kerja secara otomatis memperbarui informasi pekerjaan, sehingga selalu mendapatkan akses ke peluang terbaru. Ini sangat penting karena dunia kerja terus berubah. Banyak portal pencarian kerja memiliki aplikasi seluler yang memudahkan untuk mencari pekerjaan kapan pun dan di mana pun. Mereka juga sering terhubung dengan sistem pelacakan lamaran (ATS) yang digunakan oleh perusahaan, memungkinkan mengirimkan lamaran dengan mudah (Afnan et al., 2021)

Seringkali, portal pencarian kerja memberi pengguna kemampuan untuk membuat profil profesional yang dapat diakses oleh calon perekrut melalui internet. Ini dapat meningkatkan visibilitas dan menonjolkan pengalaman kerja. Banyak portal pencarian kerja juga menyediakan ulasan perusahaan dan data gaji rata-rata industri. Ini dapat membantu dalam negosiasi gaji dan memilih tempat kerja yang sesuai dengan kebutuhan (Kumalasari, 2020).

Beberapa portal pencarian kerja menawarkan sumber daya tambahan, seperti kursus online, pelatihan, dan artikel informatif, yang dapat membantu meningkatkan kemampuan. (Ibrahim, 2019). Beberapa portal pencarian kerja juga memiliki fitur yang memungkinkan berhubungan dengan profesional industri, yang memungkinkan memperluas jaringan para pencari pekerjaan (Wanberg et al., 2020).

Meskipun teknologi telah menjadi alat informasi yang sangat bermanfaat untuk meningkatkan peluang karir, itu juga telah menyebabkan lebih banyak persaingan di dunia pencarian kerja digital. Dengan sistem pencarian yang canggih, pencari kerja dapat menggunakan filter yang sangat khusus, mendorong lebih banyak orang untuk melamar posisi yang memenuhi kualifikasi mereka. (Liu, 2020)

Situs media sosial dan profesional seperti Jobstreet LinkedIn memungkinkan individu mendapatkan visibilitas yang lebih besar, yang menghasilkan lebih banyak kandidat yang berkualitas untuk posisi yang sama. Selain itu, teknologi memungkinkan akses ke berbagai platform pelatihan dan pembelajaran online yang membantu orang meningkatkan keterampilan mereka, yang berarti kandidat memiliki kualifikasi yang lebih kuat. Analitis data digunakan oleh banyak bisnis untuk menilai kinerja kandidat mereka, yang dapat mempengaruhi persaingan. Informasi seperti jumlah pelamar, waktu perekrutan rata-rata, dan lainnya dapat memberi perusahaan gambaran tentang seberapa kompetitif suatu posisi (Marinescu et al., 2021).

Para pencari kerja harus terus meningkatkan keterampilan mereka, mempertahankan profil profesional mereka yang paling baru, dan memanfaatkan teknologi untuk menjadi lebih menarik bagi perusahaan. Ini bisa mencakup belajar keterampilan baru, membangun jaringan profesional, dan mencari peluang kerja yang sesuai. Teknologi dapat menjadi alat yang kuat untuk meningkatkan karier, tetapi untuk tetap bersaing, pencari kerja harus terus beradaptasi (Vrontis, 2022).

Penampilan Profesional Dalam Layer Digital

Resume yang mencakup foto memiliki rasa kepribadian yang ditingkatkan dibandingkan dengan resume yang hanya terdiri dari teks sederhana, sehingga berfungsi sebagai kesan awal. Penempatan foto dalam resume dengan cepat memberikan representasi visual, sehingga mempengaruhi persepsi informasi yang disertakan. Akibatnya, manajer HR disajikan dengan individu yang memiliki atribut fisik yang berbeda dan kepribadian yang dapat dibedakan.

1. Penampilan wajah yang cantik melalui foto sebagai *first impression*

Rekrutmen terbiasa menerima resume atau CV, dengan atau tanpa foto yang disertai, tergantung pada profesi tertentu yang sedang dipertimbangkan. Ketika menghadapi ketidakpastian, disarankan untuk berhati-hati dan menahan diri dari memasukkan foto. Kesan awal yang positif dapat menguntungkan dalam setiap keadaan. Ketika kesan positif terbentuk, tampaknya meningkatkan kelancaran keseluruhan berbagai aspek lainnya. Pentingnya kesan awal yang positif mungkin tidak substansial, tetapi konsekuensi dari kesan pertama yang negatif mungkin sangat merugikan.

Tuntutan keberhasilan dalam mencari pekerjaan sangat tinggi sehingga membuat pencari kerja melakukan hal penting dalam meningkatkan value dirinya melalui tampilan foto dalam CV mereka untuk memberikan kesan pertama yang sangat menarik perhatian dari perekrut kerja. Dengan memanfaatkan teknologi AI terbaru dalam melakukan perubahan foto wajah asli menjadi tampilan yang lebih menarik menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan karena AI mampu menciptakan tampilan wajah yang tidak dapat dibedakan dan lebih dapat meyakinkan dari wajah aslinya (Nightingale & Farid, 2022).

2. Terlihat lebih cantik untuk mampu bersaing.

Wanita akan melakukan segala macam hal untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, dari

mengenakan pakaian yang menunjukkan integritas hingga menggunakan make-up untuk penampilan wajah. Faktor psikologis sangat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang, dan wanita memilih untuk terlibat dalam kegiatan yang mereka percaya akan meningkatkan daya tarik mereka dan meningkatkan peluang mereka untuk disukai oleh orang lain. Di dunia pencarian pekerjaan yang kompetitif, wanita memahami pentingnya membuat kesan pertama yang positif, dan mereka berusaha untuk menampilkan diri mereka dengan cara yang mengekspos kepercayaan diri dan profesionalisme. Selain itu, mereka mungkin mencari kesempatan untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuan mereka, karena ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan diri mereka tetapi juga membuat mereka lebih kompetitif kandidat di pasar kerja. Pada kenyataannya dampak daya tarik fisik, terlihat cerdas, kepuasan kerja, dan komitmen organisasi terhadap kinerja pekerjaan sangat penting (Yu & Lee, 2021)

3. Foto CV yang menunjukan profesionalisme.

Curriculum Vitae (CV) berfungsi sebagai sarana untuk menunjukkan kemampuan intelektual atau keterampilan, seperti yang dibuktikan oleh informasi tertulis yang disajikan. Selain itu, penggunaan foto profesional dalam CV berfungsi untuk menggambarkan kesan profesionalisme. Dalam proses membentuk identitas mereka sendiri, wanita menerapkan strategi ceritanya yang menarik dalam pembuatan curriculum vitae

mereka, dengan diam-diam menyampaikan kepada pembaca resume sejauh mana kemampuan intelektual mereka atau keterampilan luar biasa, sehingga menyiratkan kesesuaian mereka untuk jabatan kepada rekrutan. Pendekatan naratif yang digunakan dalam konteks ini dapat mencakup penekanan pada prestasi, penggunaan retorika meyakinkan, dan demonstrasi kompetensi dan pengalaman yang relevan. Selain itu, wanita memiliki kemampuan untuk dengan hati-hati memilih fotografi profesional yang sesuai dengan citra yang diinginkan dan secara efektif menyampaikan kepercayaan diri dan kompetensi kepada pembaca curriculum vitae mereka.

Hal yang dilakukan rekruter dalam proses efektivitas penggunaan deep learning untuk prediksi kepribadian dalam proses rekrutmen, memberikan manfaat seperti otomatisasi, efisiensi, dan peningkatan pencocokan antara kandidat dan posisi pekerjaan (Dhanke et al., 2023)

4. Standar kecantikan sebagai standar profesional yang tinggi.

Subjektivitas yang melekat dalam persepsi kecantikan mudah terlihat, karena ia memanifestasikan dirinya dengan cara yang berbeda di antara individu, sebagian besar dibentuk oleh preferensi pribadi dan sensitivitas estetika. Konsep yang biasanya disebut sebagai "premium kecantikan" mengacu pada fenomena yang diamati di mana mereka yang dirasakan lebih menarik secara fisik cenderung memiliki keunggulan yang jelas di pasar kerja. Namun, sangat penting untuk mengakui bahwa preferensi

ini untuk penampilan fisik dapat menyebabkan ketidakadilan dan bias, karena memiliki kemampuan untuk mengabaikan kualitas dan keterampilan lain yang luar biasa yang penting untuk kinerja tugas yang sukses. Orang yang memiliki tampilan lebih menarik lebih mudah mendapat pekerjaan dan gaji yang tinggi (Deng et al., 2020). Dengan kata lain standar kecantikan menjadi nilai tersendiri dalam mencari pekerjaan dan memiliki standar profesional yang tinggi. Tentunya penggunaan teknologi AI dalam membentuk image haruslah bijak dalam penggunaan untuk menghindari hilangnya kepercayaan dari image yang terbentuk, (Jakesch et al., 2019)

Simulasi profesional melalui AI

Seorang wanita yang sedang aktif melakukan pencarian pekerjaan kerap menunjukkan kesempurnaan pada dirinya secara visual. Dengan dukungan teknologi kini tidak sulit bagi mereka untuk merubah hal-hal yang mereka anggap tidak sempurna menjadi sempurna sesuai standard nya masing-masing. Apalagi jika dibandingkan dengan persaingan mencari pekerjaan yang semakin ketat membuat mereka harus dan wajib untuk menunjukkan sisi kesempurnaan dalam dirinya.

Tidak sedikit dari wanita merasa malu saat wajah nya sedang berjerawat, padahal hal tersebut merupakan perubahan fisik yang lumrah bagi wanita. Mereka menganggap jerawat sebagai salah satu ketidaksempurnaan pada dirinya yang harus mereka tutupi dan kehadiran AI berhasil menawarkan solusi kepada mereka. Kemajuan teknologi dan kehadiran AI dianggap sebagai salah satu penyelamat bagi wanita untuk tampil lebih extra dan sempurna secara visual. Dalam

pemikiran Baudrillard, filter-filter pada AI merupakan representasi dari simbol, tanda, dan ikon. Berbagai filter yang dimiliki adalah simbol atas realitas “sempurna” bagi wanita. Tanda-tanda tersebut mencakup berbagai sistem tanda yang bekerja sama dengan baik dalam upaya mencapai efek yang diharapkan (Septiani et al., 2019).

Wanita pencari kerja dengan mudahnya menggunakan AI untuk menutupi ketidaksempurnaan yang mereka miliki. Dengan sekali sentuhan, mereka bisa memilih filter yang sesuai dengan yang mereka inginkan, mengilangkan jerawat, meniruskan rahang bahkan hingga membuat hidung terlihat lebih mancung semua dapat dilakukan dengan instant dan mudah melalui AI. Inilah yang dikatakan oleh Baudrillard jika masyarakat dalam era postmodern, dicirikan dengan diferensiasi dan kompetisi yang mengarahkan pemahan kepada realitas dan logika bahwa semuanya tidak akan pernah cukup. Baudrillard berpendapat bahwa individu seringkali menjadi korban dari simbol yang mereka konsumsi. Konsumsi seringkali didorong oleh keinginan untuk bertransformasi menjadi sesuatu yang berbeda, atau menciptakan citra diri yang berbeda. Orang-orang mungkin merasa terdorong untuk mengonsumsi berbagai hal tertentu agar dapat menjadi bagian dari lingkungan sosial yang lebih menarik dalam masyarakat.

Persaingan dalam berkompetisi untuk menampilkan kesempurnaan diri membuat wanita tidak pernah berhenti dalam mengonsumsi simbol. Tidak puas dengan memiliki wajah dan kulit yang mulus serta bersih dan bebas dari jerawat, tetapi wanita akan terus berusaha mencari kesempurnaannya. Mengubah warna kulitnya menjadi lebih terang dan putih dengan menggunakan AI merupakan salah satu cara termudah untuk mencapai kesempurnaan secara

visual bagi wanita. Dalam AI, seorang pengguna dapat mengubah warna dengan mengubah saturasi, brightness, kontras, dan bahkan AI menawarkan berbagai filter instant yang dapat langsung dipilih tanpa harus mengeluarkan usaha yang lebih. AI dapat merubah simbol atau tanda secara flexible mengikuti kemauan penggunaannya.

Kehadiran AI telah berhasil membuat wanita terus mengonsumsi simbol untuk mencapai kesempurnaan. Kini tampilan sempurna seorang wanita semakin jauh dari natural. Mereka merasa terikat dengan simbol-simbol ini dan merasa perlu untuk terus mengonsumsi agar merasa diterima atau terhubung dengan dunia di sekitar mereka. Korban individu terhadap simbol menciptakan semacam "celah" atau kurangnya makna yang lebih dalam. Individu-individu ini terjebak dalam siklus konsumsi tanpa henti dan menemukan simbol-simbol baru, yang pada akhirnya menyebabkan mereka kehilangan kemampuan untuk membedakan antara realitas dan kesempurnaan melalui simbol. Semakin sempurna penampilan secara visual yang dapat ditunjukkan oleh wanita dalam CV akan merepresentasikan kemampuan profesionalnya. Dengan hadirnya AI dan kemudahan dalam mengubah ketidaksempurnaan menjadi sempurna melalui fitur-fiturnya berhasil mengubah tanda profesionalitas mengikuti standar yang tinggi dari AI.

Wanita menciptakan citra dan pemikiran tertentu terkait penampilan yang ditunjukkan. Semakin sempurna penampilan dirinya secara visual, semakin membuatnya terlihat profesional dan memenangkan persaingan padahal jelas jika hal tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan realitas yang sebenarnya. Kini wanita karir diasosiasikan dengan hubungan sosial dimana yang mereka konsumsi adalah

yang dinilai orang. Individu kemudian dapat terjebak dalam citra-citra ini dan menjadikan itu sebagai dasar identitas dan interaksi sosial mereka.

Salah satu kritik Baudrillard terhadap wanita pada era postmodern adalah tidak pernah berhentinya konsumsi simbol. Konsumsi yang dimaksud tidak hanya berarti memperoleh barang atau jasa, tetapi juga memiliki arti simbolis dan sosial yang lebih dalam. Ia berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumsi, barang dan layanan tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai simbol status, identitas, dan hubungan sosial. Pemikiran Baudrillard tentang konsumsi dalam era postmodern mengarah pada pemahaman bahwa hubungan antara manusia tidak hanya terjadi melalui interaksi langsung, tetapi juga melalui pertukaran simbolis yang tidak hanya terdiri dari barang dan jasa namun juga citra diri yang semakin terdistorsi.

Baudrillard jelas mengemukakan pandangan kritisnya terkait konsumsi yang didasari oleh kemajuan teknologi dalam masyarakat era postmodern. Teknologi telah berhasil dalam menciptakan representasi yang melebihi realitas aslinya dan menghasilkan citra-citra yang sering kali tidak sesuai dengan kenyataan. Konsumsi kemudian tidak hanya menjadi tentang memenuhi kebutuhan tetapi juga tentang memenuhi keinginan dan ekspektasi yang sering kali dibentuk oleh kesempurnaan yang ditawarkan oleh AI. Wanita akan mengejar untuk tampil sempurna walaupun itu hanya sekedar tampilan visual melalui CV nya. Mereka percaya jika dengan bantuan AI akan membantunya dalam mendapatkan pekerjaan dengan jabatan yang sesuai dengan harapannya.

Konsumsi teknologi sebagai media dalam berkompetisi

Teknologi memungkinkan individu untuk membentuk diri menjadi lebih menarik dan atraktif. Pemanfaatan AI terus digunakan untuk menghasilkan gambar diri yang sesuai dengan bayangan pengguna. Kesenjangan antara AI dan komunikasi saat ini sudah semakin mengecil karena AI telah dibentuk dalam fungsi komunikator. Kecanggihan teknologi AI telah menjadi lebih kuat dan memiliki dampak yang terintegrasi pada kehidupan sosial sehari-hari (Guzman & Lewis, 2020).

Teknologi AI telah dirancang sebagai subyek mesin yang digunakan manusia untuk membuat dan memberi makna. (Papacharissi, 2019) menjelaskan bahwa era teknologi AI merupakan era individu melakukan eksplorasi berupa “networked self” yang bukan hanya digunakan untuk memahami diri sendiri dalam komunikasi namun juga mengenai cara pemanfaatan teknologi tersebut demi kepentingan diri. Wanita karir mensimulasikan bahwa melalui teknologi AI yang ada mereka akan membuat diri mereka sesuai dengan bayangan mereka untuk mencapai tujuan pekerjaan ataupun jabatan. Oleh karena kebutuhan ini lah, perilaku konsumsi teknologi sudah menjadi bagian penting bagi wanita karir untuk menggapai jenjang pekerjaan yang lebih baik.

Teknologi AI yang beredar di masyarakat banyak yang dapat digunakan secara gratis namun penggunaannya terbatas pada fitur-fitur tertentu. Untuk menunjang penampilan diri, para wanita karir tidak segan untuk berperilaku konsumtif dengan membayar lebih pada aplikasi foto berbasis AI demi mendapat hasil yang mereka inginkan. Mengubah bentuk muka, warna kulit, warna rambut, tampilan baju professional, semua hal

tersebut dapat dengan mudah dilakukan oleh aplikasi pengubah foto berbasis AI. Perilaku konsumtif dalam membeli aplikasi foto berbasis AI ini dilakukan demi memenuhi keinginan untuk setara dan kesesuaian dengan norma sosial, juga terjadi didorong oleh kekhawatiran tentang penolakan dirinya oleh masyarakat (Ayu et al., 2021).

Melakukan tindakan pembelian akses premium pada aplikasi dapat diartikan bahwa wanita karir juga menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhan visualisasi diri mereka. Penggunaan teknologi dikonstruksi sedemikian rupa sehingga mereka dapat membentuk diri mereka sesuai bayangan yang mereka inginkan. Tindakan konsumsi dengan membeli akses premium pada aplikasi foto berbasis AI digunakan oleh para wanita karir untuk mewujudkan simulasi diri mereka.

Tindakan konsumtif yang dilakukan oleh para wanita karir demi mensimulasikan dirinya agar mampu bersaing dengan wanita lainnya. Konsumsi simbolik mengacu pada tindakan memberikan makna pada suatu produk atau layanan yang melebihi nilai bawaannya (Yue, 2022). Makna ini berbeda dengan makna harafiah barang tersebut dan diciptakan oleh pengaruh modal. Individu tidak lagi mengkonsumsi semata-mata karena kepraktisan barangnya, namun lebih sebagai sarana untuk memperoleh rasa superioritas. Masyarakat sangat dipengaruhi oleh simbol-simbol yang diciptakan oleh konsumerisme, yang pada gilirannya membentuk persepsi mereka tentang kehidupan melalui banyak makna yang dibuat. Hal ini secara tidak sengaja mengarah pada penyebaran ide secara halus, yang pada akhirnya menegaskan makna dan konsep yang sudah ada.

Bentuk pembelian yang dilakukan oleh para wanita karir untuk membentuk

simulasi diri mereka pada CV merupakan salah satu bentuk konsumsi teknologi. Tindakan konsumsi teknologi yang dilakukan oleh para wanita karir tersebut digunakan untuk tujuan berkompetisi dengan kandidat wanita karir lainnya. Mereka rela mengeluarkan uang lebih demi membantu agar tampilan lebih baik dan mendapatkan hasil sesuai yang mereka simulasikan. Merujuk teori milik Baudrillard mengenai simulasi, proses simulasi yang dihasilkan oleh aplikasi teknologi tinggi berupa AI telah menggiring pemikiran para wanita karir yang membayangkan bahwa tampilan mereka nyata. Selanjutnya, proses pembentukan hiperrealitas yang terjadi akibat proses simulasi menjadikan teknologi AI tersebut menjadi konsumsi yang pada akhirnya tetap menjual produk demi memenangkan kompetisi dengan individu lain.

SIMPULAN

Para wanita karir berusaha sebaik mungkin menampilkan dirinya melalui foto di CV. Foto yang tercantum harus menggambarkan bahwa diri mereka adalah pribadi yang profesional yaitu rapi, bersih, menarik sehingga secara tampilan mereka akan dirasa pantas untuk menduduki satu posisi dalam karir. Para wanita karir ini berusaha mensimulasikan apa yang menjadi kelebihan diri mereka melebihi realitas yang ada menggunakan teknologi AI. Simulasi individu dapat diartikan sebagai realitas yang antara yang nyata dan imajiner, yang asli ataupun palsu sangat tipis perbedaannya. Mereka meyakini bahwa dengan memperbaiki tampilan mereka melalui AI akan mendorong tingkat keberhasilan mereka dalam karir dibanding yang lain. Jika simulasi yang dijelaskan oleh Baudrillard melalui iklan atau media lain terjadi melalui proses dalam internal

individu, melalui AI, simulasi terjadi secara langsung. Individu dalam masyarakat modern secara aktif ikut terlibat mensimulasikan dirinya dan membentuk simulasi dalam dunia real.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnan, T., Rabaan, H., Jones, K. M. L., & Dombrowski, L. (2021). Asymmetries in Online Job-Seeking: A Case Study of Muslim-American Women. *ACM Journal*, 5(CSCW2), 1–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.1145/3479548>
- Antony, S., & Tramboo, I. A. (2020). Hyperreality in Media and Literature: An Overview of Jean Baudrillard's Simulacra and Simulation. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10), 3314–3318.
- Ayu, D., Dezianti, N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial. In *Journal Psychology of Science and Profession* (Vol. 5, Issue 2).
- BPS. (2022). *Partisipasi Perempuan dalam Dunia Kerja Harus Terus Ditingkatkan*. Mpr.Go.Id. <https://www.mpr.go.id/berita/Partisipasi-Perempuan-dalam-Dunia-Kerja-Harus-Terus-Ditingkatkan>
- Cecil, V., Pendry, L. F., Ashbullby, K., & Salvatore, J. (2023). Masquerading their way to authenticity: Does age stigma concealment benefit older women? *Journal of Women & Aging*, 35(5), 428–445. <https://doi.org/10.1080/08952841.2022.2128245>
- Chan-Olmsted, S. M. (2019). A Review of Artificial Intelligence

- Adoptions in the Media Industry. *JMM International Journal on Media Management*, 21(3–4), 193–215.
<https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>
- Christanti, M. F., Mardani, P. B., Cahyani, I. P., & Sembada, W. Y. (2021). “Instagramable” : Simulation , Simulacra and Hyperreality on Instagram Post. *International Journal Of Social Service And Research*, 1(4), 394–401.
- Datta, S., & Agarwal, U. A. (2017). Factors effecting career advancement of Indian women managers. *South Asian Journal of Business Studies*, 6(3), 314–336.
<https://doi.org/10.1108/SAJBS-07-2016-0062>
- Deng, W., Li, D., & Zhou, D. (2020). Beauty and job accessibility: new evidence from a field experiment. *Journal of Population Economics*, 33(4).
<https://doi.org/10.1007/s00148-019-00744-7>
- Dhanke, S., Dhepe, S., Dave, M., & Inamdar, S. (2023). Personality Prediction using CV, Deep Learning. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*, 11(4).
<https://doi.org/10.22214/ijraset.2023.50718>
- Gemeda, H. K., & Lee, J. (2020). Leadership Styles, Work Engagement and Outcomes Among Information and Communications Technology Professionals: A Cross-National Study. *Heliyon*, 6(4), e03699.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03699>
- Gorbatov, S., Khapova, S. N., & Lysova, E. I. (2019). Get Noticed to Get Ahead: The Impact of Personal Branding on Career Success. *Frontiers in Psychology*, 10.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02662>
- Guzman, A. L., & Lewis, S. C. (2020). Artificial intelligence and communication: A Human–Machine Communication research agenda. *New Media & Society*, 22(1), 70–86.
<https://doi.org/10.1177/1461444819858691>
- Hancock, J. T., Naaman, M., & Levy, K. (2020). AI-Mediated Communication: Definition, Research Agenda, and Ethical Considerations. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(1), 89–100.
<https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz022>
- Herlambang, C. A., & Rewindinar. (2023). Korean Dramas and Construction of Career Woman Symbols in Post Modern Era. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 47(4), 18–27.
<https://doi.org/10.9734/ajess/2023/v47i41030>
- Jakesch, M., French, M., Ma, X., Hancock, J. T., & Naaman, M. (2019). AI-mediated communication: How the perception that profile text was written by AI affects trustworthiness. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*.
<https://doi.org/10.1145/3290605.3300469>
- Kumalasari, L. D., & Susanto, A. (2020). Recommendation System of Information Technology Jobs

- using Collaborative Filtering Method Based on LinkedIn Skills Endorsement. *Sisforma*, 6(2), 63–72.
<https://doi.org/10.24167/sisforma.v6i2.2240>
- Liu, D., & Kwan, M. P. (2020). Measuring spatial mismatch and job access inequity based on transit-based job accessibility for poor job seekers. *Travel Behaviour and Society*, 19(December 2019), 184–193.
<https://doi.org/10.1016/j.tbs.2020.01.005>
- Marinescu, I., Skandalis, D., & Zhao, D. (2021). The impact of the Federal Pandemic Unemployment Compensation on job search and vacancy creation. *Journal of Public Economics*, 200, 104471.
<https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2021.104471>
- Mieczkowski, H., Hancock, J. T., Naaman, M., Jung, M., & Hohenstein, J. (2021). AI-Mediated Communication: Language Use and Interpersonal Effects in a Referential Communication Task. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW1).
<https://doi.org/10.1145/3449091>
- Neumark, D., Burn, I., & Button, P. (2019). Is It Harder for Older Workers to Find Jobs? New and Improved Evidence from a Field Experiment. *Journal of Political Economy*, 127(2), 922–970.
<https://doi.org/10.1086/701029>
- Nightingale, S. J., & Farid, H. (2022). AI-synthesized faces are indistinguishable from real faces and more trustworthy. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 119(8).
<https://doi.org/10.1073/pnas.2120481119>
- Oktaviani, I. (2019). Keputusan Diet dan Pengaruh Media Sosial Menggunakan Pendekatan Critical Medical Anthropology. *Jurnal Kajian Ruang Sosial-Budaya*, 3(2), 4–13.
<https://doi.org/10.21776/ub.sosiologi.jkrsb.2019.003.2.02>
- Papacharissi, Z. (2019). *A Networked Self and Human Augmentics, Artificial Intelligence, Sentience*.
- Purwanti, S., & Mas'ud, M. (2019). Consumption Praticce in the Baudrillard Perspective. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 86(2), 40–50.
<https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-02.07>
- Putri, A. K. (2020). *Sign, Simulation, and Consumption on E-Hailing Application Brand*. 510(Icosaps), 554–558.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.084>
- Rodgers, R. F., Campagna, J., & Attawala, R. (2019). Stereotypes of physical attractiveness and social influences: The heritage and vision of Dr. Thomas Cash. *Body Image*, 31, 273–279.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.01.010>
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247.
<https://doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>
- Septiani, D. L., Rejeki, S., & Widisanti S, N. M. (2019). The Relationship

- Between Symbol and Meaning in the Film Zootopia. *Journal Albion: Journal of English Literature, Language, and Culture*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.33751/albion.v1i1.1120>
- Shields, R. (2018). *What the media industry really thinks about the impact of AI*. Drum. <https://www.thedrum.com/news/2018/07/06/what-the-media-industry-really-thinks-about-the-impact-ai>
- Taewoo, N. (2019). Technology Usage, Expected Job Sustainability, and Perceived Job Insecurity. *Technological Forecasting and Social Change*, 138. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2018.08.017>
- Vrontis, D., Christofi, M., Pereira, V., Tarba, S., Makrides, A., & Trichina, E. (2022). Artificial intelligence, robotics, advanced technologies and human resource management: a systematic review. *International Journal of Human Resource Management*, 33(6), 1237–1266. <https://doi.org/10.1080/09585192.2020.1871398>
- Wanberg, C. R., Ali, A. A., & Csillag, B. (2020). Job Seeking: The Process and Experience of Looking for a Job. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7, 315–337. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012119-044939>
- Yu, C., & Lee, C.-C. (2021). *The impact of physical attractiveness and looking intelligent on job performance: Taking real estate agents as an example*. <https://doi.org/10.15413/jbem.2020.0158>
- Yue, J. (2022). Symbol consumption and cultural communication in the background of modernity nothingness. *Frontiers in Art Research*, 4(2). <https://doi.org/10.25236/FAR.2022.040206>
- Zhang, C., & Lu, Y. (2021). Study on artificial intelligence: The state of the art and future prospects. *Journal of Industrial Information Integration*, 23(March), 100224. <https://doi.org/10.1016/j.jii.2021.100224>