

Analisis Resepsi Generasi Z terhadap Pemberitaan Daring DeepSeek AI di Tempo.co

Receptions Analysis of Generation Z's on the News Coverage of Deepseek AI in Tempo.co

Rino Andreas¹, Rony Kurniawan Pratama², Muhamad Reznu Fisyawardana³, Septi Anggita Kriskartika⁴, Siti Umaiyyah⁵

¹⁻⁵universitas Sebelas Maret Surakarta, Indonesia
E-mail: rinoandreas@staff.uns.ac.id¹

Artikel Info	ABSTRAK
Diterima: 5 Agustus 2025 Disetujui: 23 September 2025 Diterbitkan: 25 September 2025 Hal. 45-54	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis resepsi khalayak terhadap pemberitaan DeepSeek AI di Tempo.co, guna memahami bagaimana gen Z menafsirkan dan merespons isu terkait kecerdasan buatan. Metode yang digunakan adalah analisis resepsi Stuart Hall dengan pendekatan kualitatif, Data dianalisis menggunakan model <i>decoding-encoding</i> untuk mengidentifikasi pola pemahaman dominan, negosiasi, dan oposisi terhadap pemberitaan daring. Hasilnya, persepsi Gen Z terhadap pemberitaan DeepSeek AI di Tempo.co menunjukkan posisi dominan dan negosiasi. Pembaca gen Z secara kritis, melihat pemberitaan melalui penggunaan kata dan substansi pertarungan AI antara Chat GPT AI dan DeepSeek AI dalam landscape pertarungan teknologi antara Amerika dan China. Pemaknaan pemberitaan ditentukan oleh pengalaman dan latar belakang pembaca yang secara dinamis selalu “menjadi”. Selain itu penerimaan informasi juga tidak hanya dalam level kesadaran tapi praktik sosial yang diwujudkan dengan strategi negosiasi dalam penggunaan AI secara etis dan bertanggung jawab.
Kata Kunci: Analisis Resepsi; Berita <i>Online</i> ; DeepSeekAI; Gen Z.	
Keywords: <i>Reception Analysis;</i> <i>Online News;</i> <i>DeepSeekAI; Gen Z.</i>	ABSTRACT <i>This study aims to analyze audience reception of DeepSeek AI news coverage on Tempo.co, specifically to understand how Generation Z interprets and responds to issues surrounding artificial intelligence. The research employs Stuart Hall's reception analysis using a qualitative approach. Data were examined through the encoding-decoding model to identify patterns of dominant, negotiated, and oppositional readings of the online news content. The findings reveal that Gen Z's perception of DeepSeek AI news on Tempo.co reflects dominant and negotiated positions. Gen Z readers critically interpret the reporting, focusing on word choice and the underlying narrative of the AI rivalry between ChatGPT and DeepSeek AI within the broader geopolitical tension between the United States and China. The meaning derived from the news is shaped by the readers' dynamic experiences and socio-cultural backgrounds. Furthermore, the reception of information occurs not only at the level of consciousness but also manifests in social practices, demonstrated by the strategic negotiation in the ethical and responsible use of AI</i>

PENDAHULUAN

Kehadiran kecerdasan buatan (AI) kini merambah hampir setiap aspek kehidupan kita, membawa perubahan besar dalam cara kita bekerja dan berinovasi. Di dunia bisnis, pendidikan, layanan kesehatan, hingga penelitian akademik, AI telah menjadi sahabat andal yang mampu menyaring data dalam sekejap, memberikan wawasan mendalam, dan menawarkan solusi kreatif yang sebelumnya tak terbayangkan. Dengan begitu cepatnya kemajuan teknologi, AI kini tidak sekadar alat pelengkap, melainkan rekan strategis yang menemani kita menaklukkan beragam tantangan di era digital (Sulisworo & Kristiawan, 2025).

Salah satu kecerdasan buatan adalah DeepSeek, model AI generatif asal Tiongkok, telah menjadi sorotan global karena kemampuannya menyaingi model AI Barat seperti Chat GPT dengan biaya yang jauh lebih efisien (Savandha & Pramesti, 2025). Hal ini membuat pengguna memilih DeepSeek sebagai salah satu kecerdasan buatan dalam mempermudah berbagai aktivitas. Semakin populernya DeepSeek membuat para pengguna mulai mencari informasi terkait teknologi ini yang menjadi unggulan di negara China. Pengguna mencari berbagai informasi dan perkembangan DeepSeek salah satunya melalui pemberitaan daring [Tempo.co](https://tempo.co) yang memiliki sejarah panjang dalam trajektori jurnalisme di Indonesia

Pada tahun 1971, enam wartawan, Goenawan Mohamad, Harjoko Trisnadi, Fikri Jufri, Lukman Setiawan, Usamah, dan Christianto Wibisono, menggelar pertemuan awal di kantor Ciputra, pendiri Yayasan Jaya Raya, untuk merancang sebuah majalah baru. Diskusi mereka dilanjutkan hingga larut malam di kediaman Ciputra di Slipi, Jakarta Barat, hingga akhirnya tercapai kesepakatan mendirikan Tempo dengan dukungan modal penuh dari yayasan tersebut. Seiring perjalanan waktu, Tempo tak hanya berkarya di ranah cetak, tetapi juga menyelami dunia digital dengan meluncurkan satu aplikasi terpadu termasuk majalah, koran, dan konten *online*, yang dapat diakses melalui satu identitas saja.

Lewat inovasi ini, setiap pembaca bisa menikmati beragam berita mulai dari politik dan ekonomi hingga otomotif serta selebritas, sesuai keinginan mereka (Estrella & Rusdi, 2022). Dedikasi tinggi Tempo bahkan terwujud lewat prestasi, yaitu penghargaan Anugerah Jurnalistik Mohammad Husni Thamrin 2020 untuk tajuk “Atasi Ketimpangan Kota” edisi 26 Februari 2020, membuktikan komitmen mereka dalam menghadirkan informasi bermutu bagi masyarakat luas. Seiring waktu, Tempo melebarkan sayap ke dunia penyiaran dengan meluncurkan Tempo TV hasil kolaborasi bersama kantor berita radio KBR 68H. Tak hanya itu, mereka membangun Pusat Data dan Analisa Tempo (PDAT), tempat tersedianya beragam materi, teks, foto, infografis, hingga video—yang mendukung seluruh produk grup maupun kebutuhan mitra eksternal (Tempo Media Group, 2021).

Pada 2014, transformasi digital Tempo makin terasa saat mereka men-digitalisasi seluruh konten cetak dalam aplikasi baru yang intuitif dan mudah diakses. Di balik perkembangan ini, berdirilah Tempo Newsroom: satu wadah konvergensi media yang menyatukan tim majalah Tempo, Koran Tempo, dan Tempo.co dalam satu atap. Langkah cerdas ini tak sekadar menambah volume berita, melainkan juga meningkatkan kualitas liputan dengan sinergi antar lini produksi, hasilnya intensitas pemberitaan lebih kuat sekaligus efisiensi biaya yang signifikan. Melalui pendekatan konvergensi, Tempo berhasil mempertahankan reputasi investigasinya yang tajam, sekaligus memperkaya ragam liputan untuk memenuhi dahaga informasi publik dan menjalankan fungsi kontrol sosial. Perjalanan ini menegaskan bahwa meski bertransformasi menjadi media digital, Tempo tetap gigih mengoptimalkan pendapatan dari bisnis cetaknya, memastikan kesinambungan kualitas dan inovasi (Pratopo, 2017).

Persepsi pembaca berita *online* terkait teknologi DeepSeek Ai di Tempo mengindikasikan opini dan praktik sosial pembacanya. Hal ini menjadi salah satu studi di ranah komunikasi yang menganalisis level *decoding* khalayak. Pada konteks ini, teknologi DeepSeek Tiongkok dipertemukan oleh teknologi asal Amerika yakni Chat GPT AI. Maka, dua negara dengan ideologi yang berbeda, sedang menunjukkan kekuatannya secara global. Selain itu, media online juga menjadi ruang baru bagi isu-isu yang sebelumnya kurang terangkat di media arus utama, seperti

keberagaman agama, suku, ras, dan etnis yang semakin mendapat tempat dalam wacana publik. Isu-isu ini, meski relevan dengan dinamika sosial masyarakat, masih jarang dijadikan fokus dalam kajian komunikasi secara mendalam (Loisa et al., 2019).

Berbagai penelitian telah dilakukan terkait dua teknologi AI, DeepSeek dan Chat GPTAI. Darmawan & Adiguna (2024) mengungkapkan bahwa mayoritas mahasiswa memandang ChatGPT sebagai mitra belajar yang efektif, karena kemampuannya menyediakan informasi yang akurat dan *up-to-date*, mempermudah akses materi dengan cepat, serta menstimulasi rasa ingin tahu dan kreativitas mereka. Fitur *chatbot* ini tak hanya menyajikan referensi komprehensif sesuai topik, tetapi juga membantu menstruktur ulang konsep yang kompleks menjadi ringkas dan mudah dipahami, sehingga mahasiswa dapat mengeksplorasi berbagai perspektif pembelajaran dengan lebih percaya diri. Selain memberikan dorongan motivasi dan meningkatkan keaktifan dalam diskusi, ChatGPT juga mampu menyesuaikan gaya penjelasan sesuai kebutuhan individu mulai dari ringkasan singkat hingga pendalaman mendalam. Namun, para peneliti menyoroti pentingnya penggunaan seimbang, karena ketergantungan berlebih pada AI dapat menurunkan kemandirian mahasiswa dalam berpikir kritis dan menghimpun argumen sendiri, sehingga institusi perlu merancang strategi pembelajaran yang mengintegrasikan ChatGPT sebagai alat bantu, bukan pengganti proses refleksi dan penelitian tradisional (Darmawan & Adiguna, 2024).

Mariyadi et al. (2024) mengidentifikasi empat dimensi utama dalam persepsi mahasiswa terhadap penggunaan AI: kemudahan penggunaan, manfaat praktis, kekhawatiran terhadap potensi ancaman, dan optimisme akan keberlanjutan pemanfaatannya menunjukkan bahwa meski ada antusiasme, kehati-hatian tetap mengiringi adopsi ChatGPT. Sementara itu, Salmi & Setiyanti (2023) mencatat bahwa siswa menilai ChatGPT sangat membantu dalam pengembangan diri, meningkatkan kualitas kerja, menstimulasi kreativitas, serta menghemat waktu sehingga produktivitas belajar terkerek. Temuan Noor et al. (2024) menegaskan kemudahan alat ini untuk menyelesaikan tugas, menyediakan informasi tambahan yang mendalam, serta memperkuat pemahaman dan kepuasan mahasiswa, khususnya dalam konteks pembelajaran bahasa Indonesia yang lebih interaktif. Terakhir, studi Savandha & Pramesti (2025) pada DeepSeek AI menyoroti bagaimana teknologi ini memicu perubahan kebijakan nasional, mempercepat digitalisasi industri, dan mendorong kesadaran akan literasi digital, sekaligus menimbulkan tantangan berupa ketimpangan akses dan potensi bias algoritmik di masyarakat.

Berdasarkan Penelitian terdahulu sebagian besar berfokus pada persepsi mahasiswa terhadap penggunaan ChatGPT dalam konteks pembelajaran dengan temuan umum bahwa mahasiswa merasa puas, termotivasi, dan aktif saat menggunakan Chat GPT. Namun, kajian tersebut belum mengadopsi secara khusus terkait persepsi dan penggunaan Deep Seek AI oleh gen Z. Maka penelitian ini menawarkan kebaruan dalam menganalisis persepsi pengguna dan pembaca [Tempo.com](https://tempo.com) dalam kerangka teori *encoding/decoding* Stuart Hall untuk memahami dinamika berita AI DeepSeek pada platform media online. Belum ada penelitian yang membahas bagaimana ideologi dan hegemoni media mempengaruhi *framing* berita AI DeepSeek, meskipun Hall menegaskan bahwa pesan yang dikodekan media dapat mengandung bias terselubung.

Analisis ideologis ini akan mengungkap posisi dominan, bernegosiasi, maupun oposisioner dalam pemberitaan AI DeepSeek di tempo.co. Selain itu, Penelitian mengenai platform cenderung mengabaikan karakteristik khusus tempo.co sebagai media *online*. Padahal, *affordances platform* tersebut dapat memengaruhi cara gen Z mengkonsumsi dan mengartikulasikan pesan berita. Pendekatan analisis resepsi menyoroti cara unik audiens berinteraksi dan memberi makna pada konten media, baik cetak, elektronik, maupun daring dengan menempatkan pengalaman pembaca atau penonton di pusat kajian.

Alih-alih melihat media sebagai lembaga yang memaksakan pesan, *reception analysis* memandang khalayak sebagai kreator makna yang aktif, yang menafsirkan setiap karakteristik teks media berdasarkan konteks hidup dan nilai-nilai pribadi mereka. Melalui lensa ini, makna bukan hanya dikirim dari pencipta pesan, tetapi dibentuk ulang oleh individu yang membaca dan merespons sesuai pemahaman serta kebutuhan emosionalnya. Dengan demikian, kekuatan sejati

dalam komunikasi massa beralih dari media ke tangan khalayak yang dinamis, yang bebas mengkonstruksi interpretasi dan bahkan bertindak berdasarkan cara mereka memaknai teks itu (Santoso, 2021).

Studi ini semakin relevan dalam era digital, di mana interaksi dua arah memperkaya proses pembacaan dan memperkuat peran aktif audiens dalam ekosistem informasi. Menurut Stuart Hall, riset khalayak membawa kita memahami dua momen penting dalam komunikasi massa: pertama, bagaimana pesan media dihasilkan dalam kondisi sosial-politik tertentu (*encoding*), dan kedua, bagaimana pesan itu “dibaca” atau dikonsumsi dalam keseharian kita (*decoding*). Analisis resepsi menyoroti sisi *decoding* bagaimana setiap individu secara aktif meresapi, mencerna, dan memberi makna pada teks media dengan latar belakang pengalaman hidup, nilai, dan emosi mereka.

Proses ini bukan sekadar menerima informasi secara pasif, melainkan sebuah kegiatan kreatif di mana penonton atau pembaca melakukan pencarian makna yang mendalam setiap kali berinteraksi dengan konten. Karena makna pesan tidaklah statis, audiens dengan kebebasan interpretasi, terus mengonstruksikan ulang dalam rutinitas sehari-hari, sehingga setiap pembacaan bisa menghasilkan wawasan baru. Dalam era digital yang memfasilitasi dialog dua arah, model *encoding-decoding* Hall makin relevan, menegaskan bahwa kekuatan interpretasi kini ada di tangan khalayak yang dinamis dan kolaboratif (Perwita & Setiansah, 2023).

Menurut Hall (1996), ada tiga cara utama audiens merespons teks media berdasarkan kondisi sosial di sekitarnya. Pertama, *dominated reading*, di mana khalayak sepenuhnya menerima pesan yang dibangun oleh media tanpa mempertanyakan. Kedua, *negotiated reading*, di mana audiens mengakui kerangka ideologi dominan, tetapi pada saat yang sama menyesuaikan dan menolak sebagian konten sesuai nilai budaya mereka. Ketiga, *oppositional reading*, di mana khalayak memahami pesan media, namun secara aktif menolak dan merekonstruksi makna berdasarkan sudut pandang pribadi mereka (Oktayusita et al., 2019).

Ketiga posisi ini menjadi pijakan dalam klasifikasi analisis resepsi penelitian ini. Faktor seperti latar belakang budaya, pengalaman hidup, dan sudut pandang individu dapat memengaruhi posisi *decoding* mereka (Fathurizki & Malau, 2018). Melalui pendekatan ini, peneliti ingin menggali bagaimana audiens menafsirkan dan menyerap kabar seputar DeepSeek, apakah audiens menerima mentah, menegosiasikan makna, atau menolaknya sama sekali serta bagaimana keberagaman latar sosial memunculkan ragam interpretasi pesan media, khususnya gen Z. Generasi Z, lahir antara 1997–2012, adalah kaum muda yang akrab dengan era digital sejak awal tumbuh kembang mereka. Mereka membawa gaya berpikir dan nilai kerja yang unik, berbeda dari orang tua maupun kakak-kakak mereka.

Kepribadian Generasi Z kian terbentuk oleh paparan teknologi, media sosial, dan arus informasi cepat, sehingga motivasi kerja mereka lebih fleksibel, kreatif, dan berorientasi pada dampak sosial. Pendekatan mereka dalam menyelesaikan tugas juga cenderung kolaboratif, adaptif, serta berbasis tujuan bermakna, memperlihatkan paradigma kerja yang benar-benar baru (Putri, 2024). Berangkat dari tinjauan literatur dan hasil-hasil riset terdahulu, penelitian ini munculkan pertanyaan reflektif “*Bagaimana penerimaan pesan Gen Z terhadap pemberitaan DeepSeek AI di media daring [Tempo.co](https://www.tempo.co)?*” Sehingga tujuan penelitian ini untuk melihat penerimaan pesan mahasiswa Gen Z terhadap pemberitaan Deep Seek AI di media daring yang juga berimplikasi pada penggunaan AI yang beriringan dengan etika dan tanggung jawab (Thumfart, 2024).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini membahas pemaknaan khalayak, khususnya gen Z terhadap pemberitaan Deep Seek yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif dengan metode analisis resepsi yang dipopulerkan oleh Stuart Hall. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali pemaknaan, pemberitaan DeepSeek di [Tempo.co](https://www.tempo.co) terkait teknologi AI. Data primer terdiri dari hasil FGD dengan informan yang memiliki kriteria pengguna Deep Seek dan pembaca [Tempo.co](https://www.tempo.co). Sedangkan data sekunder terdiri dari artikel dan hasil observasi di internet.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga alur kegiatan, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Miles & Huberman, 2002). Sumber data utama merupakan hasil wawancara yang dilakukan oleh lima orang dengan membaca pemberitaan daring pada artikel yang ditulis oleh penulis Tempo Mahadewi “*Mengenal DeepSeek, AI Buatan Cina yang Siap Menyaingi ChatGPT*” (2025), Dhanya pada artikel “*DeepSeek vs ChatGPT, Mana Chatbot AI yang Lebih Canggih? Ini Hasil Pengujian Ringkas Tempo*” (2025) dan Shabrina (2025) pada artikel “*ChatGPT vs DeepSeek, Indonesia Harus Negosiasi Agar Tidak Sekadar Jadi Konsumen AI Asing*”

Sampel dipilih secara *purposive*, yaitu hanya dokumen dan konten yang secara spesifik membahas isu persaingan global, penggunaan, etika, dan dampak sosial AI, serta yang relevan dengan tujuan penelitian. Analisis data dilakukan dengan membaca, menelaah, dan mengkategorikan isi dokumen serta konten digital berdasarkan tema-tema utama yang muncul. Peneliti menggunakan teknik analisis untuk menemukan pola, narasi, dan isu utama yang berkaitan dengan Deep Seek AI. Data yang terkumpul dianalisis secara tematik, yaitu dengan mengidentifikasi tema-tema kunci yang berulang dalam dokumen dan diskusi daring. Hasil analisis kemudian dibandingkan dan dikaitkan dengan teori serta penelitian terdahulu untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi gen Z terkait pemberitaan DeepSeek AI di Tiongkok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dielaborasi hasil dan pembahasan pada tataran *encoding* dan *decoding* Stuart Hall. Tempo.co memiliki berbagai macam kanal berita yang membahas berbagai macam informasi dengan ciri khas pada setiap pemberitaannya. Kanal berita yang tersedia di media Tempo di antaranya nasional, politik, hukum, ekonomi, lingkungan, investigasi, maupun tokoh, termasuk teknologi.

Stuart Hall dalam teorinya, menjelaskan bahwa proses komunikasi media terdiri dari dua tahap utama: *encoding* dan *decoding*. *Encoding* adalah proses di mana produsen media membentuk pesan dengan makna tertentu, dipengaruhi oleh kerangka ideologis dan institusional, sedangkan *decoding* adalah proses di mana *audiens* menafsirkan pesan tersebut, yang bisa sesuai (*dominant-hegemonic*), negosiasi (*negotiated*), atau oposisi (*oppositional*) terhadap makna yang dimaksudkan oleh produsen.

A. LEVEL ENCODING

Tempo.co memilih untuk memberitakan DeepSeek, perusahaan AI asal Tiongkok, dengan menekankan pada aspek inovasi teknologi dan efisiensi biaya. Misalnya, dalam artikel berjudul “*Mengenal DeepSeek, AI Buatan Cina yang Siap Menyaingi ChatGPT*” (2025), Tempo.co menyoroti kemampuan DeepSeek dalam bersaing dengan perusahaan besar seperti OpenAI dan Google dalam hal penalaran matematis, efisiensi kode, serta biaya operasional. Pemilihan topik ini mencerminkan proses *encoding* yang menekankan pada narasi kemajuan teknologi dan persaingan global, yang sejalan dengan kepentingan untuk menunjukkan bahwa negara-negara di luar Barat, seperti Tiongkok, juga mampu menjadi pemain utama dalam inovasi teknologi.

Proses dalam pemberitaannya, Tempo.co membingkai DeepSeek sebagai perusahaan yang inovatif dan efisien, mampu menghasilkan model AI dengan biaya yang lebih rendah namun tetap kompetitif. *Framing* ini menciptakan representasi bahwa DeepSeek adalah simbol dari kebangkitan teknologi Tiongkok yang mampu menentang dominasi Barat dalam bidang AI. Namun, pemberitaan tersebut juga mengangkat isu-isu kontroversial terkait DeepSeek, seperti kepatuhan terhadap kebijakan sensor pemerintah Tiongkok dan kekhawatiran tentang privasi data. Misalnya, disebutkan bahwa Deep Seek menerapkan moderasi konten sesuai dengan regulasi pemerintah, yang membatasi respons terhadap topik-topik sensitif seperti peristiwa Tiananmen dan status politik Taiwan.

Framing ini menunjukkan bahwa Tempo.co tidak hanya menyoroti aspek positif dari Deep Seek, tetapi juga menyajikan perspektif kritis terhadap implikasi etis dan politik dari teknologi tersebut. Sebagai media yang berbasis di Indonesia, Tempo.co memiliki kepentingan untuk menyajikan informasi yang relevan bagi pembacanya, termasuk perkembangan teknologi global yang dapat mempengaruhi Indonesia. Dengan memberitakan Deep Seek, Tempo.co menunjukkan kesadaran akan pentingnya memahami dinamika teknologi global, terutama yang berasal dari negara-negara dengan pengaruh besar seperti Tiongkok. Namun, juga mengangkat isu-isu kontroversial terkait Deep Seek, Tempo.co menunjukkan komitmennya terhadap prinsip-prinsip jurnalisme kritis dan independen, yang tidak hanya menyajikan informasi tetapi juga mendorong pembacanya untuk berpikir kritis terhadap perkembangan teknologi dan implikasinya pada level *encoding*, melalui proses pengumpulan data, penyuntingan, penyalarsan dan penyebaran “jurnalisme konstruktif” hingga sampai pada khalayak.

B. LEVEL DECODING

Pada level *decoding* pembacaan berita di [Tempo.co](https://www.tempo.co) melibatkan pembaca sebagai komunikan. Proses penerimaan gen Z terhadap pemberitaan DeepSeek AI dengan lima informan dapat dilihat pada tabel berikut,

Tabel 1. Nama Informan

No	Nama	Usia	Domisili	Jenis Kelamin
1	Rivandi Biyan Saputro	19	Karanganyar	Laki-laki
2	Lintang Mahendra	22	Yogyakarta	Laki-laki
3	Qonita Roihana	19	Surakarta	Perempuan
4	Sinta Permata Yuliana	18	Sragen	Perempuan
5	Ica Prasista	19	Surakarta	Perempuan

Deep Seek AI digunakan dalam berbagai aktivitas sehari-hari gen Z. Deep Seek AI membantu para informan dalam analisis data, pengaturan jadwal, dan riset, membuat konten, menjawab pertanyaan, dan membantu dalam pembelajaran di kampus. Selain itu AI digunakan oleh gen Z untuk membantu menentukan struktur dan untuk membantu *brainstorming* dalam tugas, mencari ide, maupun referensi. Lebih lanjut, Deep Seek AI juga digunakan untuk mencari inspirasi proyek kreatif, belajar bahasa baru, dan memahami konsep-konsep yang baru yang belum pernah dipelajari sebelumnya (1/5/2025).

1. Posisi Dominan (*Dominant Reading*)

Posisi dominan dalam resepsi pemberitaan Deep Seek AI di pemberitaan daring Tempo.co ditandai oleh penerimaan utuh narasi media tentang manfaat teknologi AI sebagai alat efisiensi dan inovasi. Para informan dalam hal ini mahasiswa Gen Z, memandang Deep Seek AI dan Chat GPT sebagai solusi praktis. Keyakinan bahwa AI dianggap telah mempercepat kemajuan teknologi. Berdasarkan persepsi mahasiswa setelah membaca pemberitaan [Tempo.co](https://www.tempo.co) terdapat berbagai pandangan, yang disampaikan oleh Informan 1,

“Pemberitaan tempo.co tentang DeepSeek cenderung kritis. Pemilihan kata seperti “pesaing besar” dan “kontroversi” menunjukkan potensi dan tantangan. Artikel ini mencakup berbagai perspektif, tetapi penekanan pada risiko dan isu geopolitik menunjukkan bahwa sudut pandangnya lebih kritis daripada netral atau tendensius” (wawancara informan 1 Rivandi Biyan Saputro, 1/5/2025).

Hal itu juga disampaikan oleh Informan 3 yang memperkuat argumen Informan 1 bahwa pemberitaan di [Tempo.co](https://www.tempo.co) memiliki sisi kritis dalam melihat perkembangan teknologi ini, sehingga

memunculkan wacana framing pemberitaan yang lebih berimbang, antara teknologi Tiongkok dan Amerika Serikat,

“Berita tempo.co tentang DeepSeek menunjukkan gaya yang kritis dan informatif. Mereka pakai istilah menarik seperti "perhatian dunia" dan bahas isu keamanan serta dampak geopolitik. Ada juga perbandingan biaya pelatihan dengan OpenAI yang bikin posisi DeepSeek lebih jelas. Dengan kutipan dari ahli dan reaksi politik, berita ini jadi lebih mendalam. Intinya, tempo.co berusaha memberi laporan yang seimbang dan kritis. (Informan 3, Qonita Roihana, 1/5/2025)

Dalam posisi ini, informan menginternalisasi pesan utama Tempo.co bahwa AI adalah katalis kemajuan, tanpa signifikan mempertanyakan bias media atau implikasi jangka panjang. Dapat dikatakan kategori ini adalah informan dengan kelompok pendukung teknologi AI, khususnya DeepSeek dengan posisi dominan yakni Memuji Tempo.co karena menyajikan inovasi Deep Seek AI sebagai solusi untuk efisiensi industri dengan pemilihan kata, dan kalimat yang proporsional.

2. Kelompok Posisi Negosiasi

Kelompok kedua adalah posisi negosiasi yang mencerminkan penerimaan selektif terhadap pemberitaan Tempo.co. Responden mengakui manfaat Deep Seek AI, tetapi menegosiasikan narasi media dengan menyisipkan kekhawatiran kritis dari sisi positif dan negatif. Sebagaimana argumen yang disampaikan oleh Informan 4 dan Informan 5 sebagai berikut,

“Berdasarkan pemberitaan di Tempo.co, pemilihan kata dan kalimat yang digunakan cenderung netral, meskipun ada beberapa elemen yang bisa dianggap tendensius. Misalnya, frasa seperti "siapa menyaingi" dan "terobosan besar" menunjukkan bahwa ada upaya untuk menekankan pentingnya DeepSeek dalam konteks persaingan global. Namun, Tempo.co juga menyajikan fakta-fakta yang mendukung klaim tersebut, seperti perbandingan biaya pelatihan model AI dan pernyataan dari para ahli. Secara keseluruhan, sudut pandang yang diambil tampak kritis, dengan penekanan pada implikasi geopolitik dan keamanan yang mungkin timbul dari keberhasilan Deep Seek.” (Informan 4, Sinta Permata Yuliana, 1/5/2025)

“Nggak memihak secara berlebihan, tapi lebih condong ke sudut pandang kritis dan hati-hati. Mereka mencoba menggali sisi positif dan negatifnya secara seimbang, supaya pembaca bisa menilai sendiri” (Informan 5, Ica Prasista, 1/5/2025)

Hal ini juga sejalan oleh argumen Informan 2 (Lintang Mahendra 1/5/2025), yang menolak narasi media yang mengabaikan risiko, seraya menegaskan: *"AI harus jadi alat, bukan pengganti manusia"* dan menyoroti bias pemberitaan yang mengabaikan risiko ancaman pengangguran dan pelanggaran privasi. Tempo.co kurang membahas sisi gelap AI, seperti potensi penyalahgunaan data oleh korporasi besar dan pencurian data. Berdasarkan FGD, pada informan sepakat bahwa sebagai mahasiswa Gen Z, saya mendukung DeepSeek karena mempermudah akses informasi melalui budaya *"prompt"*.

Namun, terdapat kekhawatiran terjadi ketergantungan pada AI dapat menurunkan kreativitas dan daya kritis. Sehingga Penting untuk menyeimbangkan penggunaan teknologi dengan pengembangan keterampilan berpikir kritis. Lebih lanjut, persoalan etika dan tanggung jawab menjadi isu yang penting dalam penggunaan AI. Sebagai Gen Z mahasiswi mendukung teknologi seperti DeepSeek, asalkan penggunaannya etis dan bertanggung jawab. Informan 5 percaya bahwa AI tidak otomatis menurunkan kreativitas atau daya kritis, tetapi cara penggunaan menentukan.

Kalau digunakan sebagai alat bantu, AI meningkatkan kreativitas dan inovasi karena dapat berfokus pada hal-hal yang lebih penting daripada sekadar cari data tanpa melakukan pengecekan

ulang, Informan 5 menambahkan,

“Tapi kalau dijadikan ‘jalan pintas’ terus-menerus, itu bisa jadi bahaya. saya setuju dan saya mendukung teknologi DeepSeek dan AI lainnya, asalkan digunakan secara bijak dan tidak menggantikan proses berpikir kita sendiri” (Informan 5, Ica Prasista, 1/5/2025)

Di ranah pekerjaan, Deep Seek AI dianggap dapat mengancam pekerjaan rutin, tetapi juga menciptakan peluang baru. Meskipun beberapa pekerjaan mungkin hilang, AI memerlukan keterampilan baru, sehingga pekerja perlu beradaptasi. AI seharusnya dilihat sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas, bukan sebagai pengganti manusia (wawancara informan 1 Rivandi Biyan Saputro, 1/5/2025). Sedangkan sebaliknya, Informan 3 menganggap AI menjadi ancaman besar untuk manusia yang berefek pada rasa malas, *“bukanlah Ai menjadi pembantu akan tetapi menjadi pengganti!”* Sebagian informan telah menyadari peluang dan ancaman AI khususnya ketika mereka membaca dan menginternalisasi pemberitaan pada Tempo.co. Oleh karena itu, penting bagi manusia untuk beradaptasi dan mengembangkan keterampilan yang tidak dapat dengan mudah digantikan oleh AI.

3. Kelompok Posisi Oposisi

Berdasarkan data wawancara, pada lima informan tidak ada yang menolak penggunaan DeepSeek dan atau GPT AI sebagai teknologi kecerdasan buatan secara ekstrem. Beberapa informan mendukung perkembangan teknologi dan bernegosiasi dengan mempertimbangkan berbagai dampak negatif dan sisi etis. Sebagaimana Informan yang bersikap optimis dengan bantuan AI berbagai *problem solving* dan mengeksplorasi berbagai inovasi di sektor ekonomi, sosial, pendidikan, kesehatan, hiburan dan lain sebagainya.

Sedangkan pada kelompok kedua cenderung lebih berhati-hati dan menyadari etika penggunaan AI meliputi perlindungan data pribadi, kepatuhan hak cipta, dan transparansi algoritma. Penting untuk menghindari bias, menghormati hak kekayaan intelektual, dan mempertimbangkan dampak sosial serta lingkungan untuk penggunaan yang adil dan bertanggung jawab. Ini terlihat pada etika dalam penggunaan AI dalam dunia kreatif AI yang belum memiliki kepastian moral dan hukum terkait *copyright* karena *database* yang digunakan bebas di internet. Penggunaan AI harus memperhatikan privasi pengguna dan memastikan bahwa data yang digunakan tidak melanggar hak orang lain. Selain itu, penting bagi korporasi teknologi untuk memiliki transparansi dalam mengolah dan menyimpan data AI.

Penerimaan Gen Z terhadap Pemberitaan dan Penggunaan Deep Seek di [Tempo.co](https://tempo.co) menunjukkan dua kelompok yakni dominan dan negosiasi. Sedangkan posisi penolakan tidak terlihat pada data temuan sebagaimana konsep Stuart Hall (1996). Latar belakang sosial-kultural gen Z yang tumbuh dalam era digital menempatkan mereka sebagai audiens yang terampil secara teknologi dan kritis, namun juga rentan terhadap *framing* media arus utama. Infrastruktur teknologi, mulai dari ketersediaan jaringan internet cepat, perangkat pintar, hingga platform distribusi konten, membentuk konteks di mana informasi diproduksi dan dikonsumsi, sehingga persepsi informan tidak sekadar dipengaruhi konten teks tetapi juga oleh kecepatan akses dan algoritma rekomendasi yang menyorot headline tertentu. Dalam posisi dominan, sebagian gen Z menerima pemberitaan Tempo terkait Deep Seek AI secara konsisten dengan pandangan institusi media, menempatkan kecerdasan buatan sebagai inovasi yang meningkatkan akurasi jurnalisme investigatif; mereka memandang AI sebagai “kebenaran teknis” tanpa mempertanyakan bias dalam data pelatihan.

Namun, mayoritas lainnya mengadopsi posisi negosiasi, meski mengakui manfaat DeepSeek AI dalam mengidentifikasi pola dan memprofil narasumber secara cepat, mereka mempertanyakan transparansi algoritma dan potensi kesalahan interpretasi, sehingga menghasilkan pembacaan berita yang lebih kritis dan selektif. Hal ini sejalan dengan konsep resepsi analisis

Stuart Hall (1996) melalui model Diagram Sirkulasi Makna, menjelaskan tiga tahap utama dalam memahami pesan media menurut teori *encoding decoding* (Yuri & Daniar, 2022). Maka dapat dikatakan bahwa penerimaan atau persepsi informan dalam konteks ini adalah gen Z terhadap pemberitaan [Tempo.co](https://tempo.co) bukanlah entitas statis, melainkan terus “menjadi” melalui interaksi berkelanjutan dengan pengalaman dan diskursus di media sosial.

Secara keseluruhan, kehadiran Deep Seek AI di Tempo.co tidak hanya menggeser posisi dominan media dalam membingkai realitas, tetapi juga memicu negosiasi makna yang dipengaruhi oleh infrastruktur digital dan proses “becoming” pengetahuan audiens. Dengan demikian, media massa seperti Tempo.co bukan hanya menyampaikan fakta, melainkan turut merangkaikan makna dan mendefinisikan realitas yang kita pahami sehari-hari melalui frasa-frasa yang terukur dan penuh pertimbangan (Syas, 2015). Dalam prosesnya, setiap berita yang diproduksi oleh media online tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membawa nilai-nilai, ideologi, serta kepentingan tertentu yang diyakini oleh media tersebut. Karena itulah, konstruksi berita menjadi tidak sepenuhnya netral dalam menggambarkan realitas sosial (Achfandhy, 2021).

KESIMPULAN DAN SARAN

Penerimaan Gen Z terhadap pemberitaan dan penggunaan Deep Seek AI di Koran Tempo memperlihatkan keseimbangan antara posisi dominan, di mana sebagian audiens menerima narasi institusional tentang efisiensi dan akurasi AI tanpa banyak mempertanyakan bias algoritmik dan posisi negosiasi, di mana mayoritas tetap kritis terhadap transparansi data, potensi kesalahan interpretasi, dan dampak etis penggunaan kecerdasan buatan dalam jurnalisme. Latar belakang sosial-kultural Gen Z yang melek digital, dipadu infrastruktur teknologi yang mendukung akses cepat dan personalisasi konten, menciptakan ruang “becoming” pengetahuan yang dinamis, di mana makna berita terus dinegosiasikan lewat interaksi di media sosial dan pengalaman di “ruang nyata”.

Penelitian ini memiliki batasan yakni cakupan jumlah informan yang masih terbatas pada pembaca Tempo.co, tanpa melibatkan variasi gender, latar pendidikan, atau preferensi media lain, sehingga hasil mungkin kurang mewakili keseluruhan sikap Gen Z secara homogen. Pendekatan kualitatif dengan teori *encoding/decoding* Stuart Hall juga dapat diimbangi dengan metode kuantitatif untuk mengukur prevalensi posisi dominan dan negosiasi secara statistik. Studi lanjutan berpotensi memperluas ragam sumber media termasuk *platform digital native* dan media sosial serta menambahkan analisis komparatif antara pemberitaan di koran cetak dan *online* untuk mengidentifikasi perbedaan *framing* lintas *platform*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada LPPM UNS. Penelitian ini didanai oleh RKAT Universitas Sebelas Maret Tahun Anggaran 2025 melalui skema penelitian Penguatan Kapasitas Grup Riset (PKGR-UNS) C dengan Nomor Perjanjian Penugasan Penelitian: 371/UN27.22/PT.01.03/2025.

REFERENSI

- Achfandhy, M. I. (2021). Konstruksi wacana dan realitas portal berita online. *Islamic Communication Journal*, 6(1), 59-76.
- Darmawan, I. K. A., & Adiguna, J. (2024). Analisis Persepsi Dan Preferensi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Chatgpt Dalam Proses Pembelajaran (Studi Kasus Di Universitas Samawa Fakultas Ekonomi Dan Manajemen). *Jurnal TAMBORA*, 8(2), 10-24. <https://doi.org/10.36761/tambora.v8i2.4176>
- Dhanya, Defara (2025). DeepSeek vs ChatGPT, Mana Chatbot AI yang Lebih Canggih? Ini Hasil Pengujian Ringkas Tempo. Diakses pada 3 Juli 2025 melalui <https://www.tempo.co/digital/deepseek-vs-chatgpt-mana-chatbot-ai-yang-lebih-canggih-ini-hasil-pengujian-ringkas-tempo-1200486>

- Estrella, N., & Rusdi, F. (2022). Pengaruh Minat Pembaca Media Online Tempo. Co terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Generasi Z. *Koneksi*, 6(2), 408-415.
- Fathurizki, A., & Malau, R. M. U. (2018). Pornografi dalam film: Analisis resepsi film “Men, women & children”. *ProTVF*, 2(1), 19-35.
- Loisa, R., Susanto, E. H., Junaidi, A., & Loekman, F. (2019). Media siber, aparat, dan pemberitaan keberagaman. *Jurnal Aspikom*, 3(6), 1243-1254.
- Mahadewi, Mega Putri. (2025). *Mengenal DeepSeek, AI Buatan Cina yang Siap Menyaingi ChatGPT*. di akses pada 3 Juli 2025 <https://www.tempo.co/digital/mengenal-deepseek-ai-buatan-cina-yang-siap-menyaingi-chatgpt-1200143>
- Mariyadi., Al, A. D. F., Putra, P. I. W. S. W., Budi, M. G., & Grathyo, S. J. (2024). Persepsi Mahasiswa terhadap Pemanfaatan ChatGPT dalam Proses Pembelajaran di Perguruan Tinggi. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 13(4 Nopember), 5423-5438. <https://doi.org/10.58230/27454312.1210>
- Noor Komari Pratiwi, Bambang Yulianto, Mintowati, M., Haris Supratno, Syamsul Sodik, & Mulyono, M. (2024). Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Chatgpt: Peluang dan Tantangan bagi Pembelajaran Bahasa Indonesia sebagai Mata Kuliah Wajib pada Kurikulum Perguruan Tinggi. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, Dan Sastra*, 10(3), 2727-2742. <https://doi.org/10.30605/onoma.v10i3.3931>
- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2019). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125-132.
- Perwita, A. I., & Setiansah, M. (2023). Interpretasi Khalayak terhadap Humor Sexist dalam Tayangan Komedi Lapor Pak! Trans 7. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 185-206.
- Pratopo, W. M. (2017). Komodifikasi wartawan di era konvergensi: Studi kasus Tempo. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 6(2), 129-138.
- Putri, P. K. (2024). Gen Z di dunia kerja: Kepribadian dan motivasi jadi penentu produktivitas kerja. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 30-38.
- Santoso, S. (2021). Analisis Resepsi Audiens Terhadap Berita Kasus Meiliana di Media Online. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 12(2), 140-154.
- Savandha, S. D., & Pramesti, G. N. D. P. (2025). Deep Seek AI dan Disrupsi Teknologi Tiongkok: Analisis Dampak Sosio Ekonomi dari Adopsi AI Tingkat Lanjut dalam Era Pasca Pandemi. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 15(10).
- Shabrina, Dinda (2025). *ChatGPT vs DeepSeek, Indonesia Harus Negosiasi Agar Tidak Sekadar Jadi Konsumen AI Asing*. Diakses 3 Juli 2025 melalui <https://www.tempo.co/ekonomi/chatgpt-vs-deepseek-indonesia-harus-negosiasi-agar-tidak-sekadar-jadi-konsumen-ai-asing-1201470>
- Syas, M. (2015). Konstruksi realitas pemberitaan tentang konflik Indonesia-Malaysia di surat kabar Media Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(2).
- Thumfart, J. (2024). Correction: The democratic offset: Contestation, deliberation, and participation regarding military applications of AI. *AI and Ethics*, 4(2), 527-527. <https://doi.org/10.1007/s43681-023-00288-3>
- Yuri, H. P., & Daniar, A. (2022). Penerimaan Audiens atas Konten Pariwisata dari Virtual Youtuber Andi Adinata. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 13(1), 38-49.