

**Analisis Wacana Konten Berita Piala Dunia 2022 Di Media Sosial
Tiktok Kompas.Com**

SKRIPSI



**OLEH:
MARIA ANGGELINA OLO BERE
NIM.2019230003**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG
2023**

RINGKASAN

Kompas.com menampilkan berbagai macam akun media sosial, termasuk aplikasi TikTok yang terkenal, yang dikenal sebagai salah satu jejaring sosial yang berkembang pesat di seluruh dunia. TikTok memungkinkan pengguna dengan mudah membuat video singkat berdurasi 15 detik, menggunakan musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Akun TikTok Kompas.com memiliki 3,5 juta pengikut yang luar biasa dan mendapatkan 66,9 juta suka yang menakjubkan. Kompas.com antusias menyebarkan berita seputar Piala Dunia 2022 dengan film-film menarik di akun TikTok-nya. Video-video ini menampilkan informasi berharga yang ingin disampaikan Kompas.com kepada publik, sehingga mendorong perdebatan yang menarik. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji materi berita terkait Piala Dunia 2022 di platform media sosial TikTok dan Kompas.com.

Kajian khusus ini menggunakan metodologi kualitatif dengan fokus pada berita terkait Piala Dunia 2022 di platform media sosial TikTok Kompas.com. Kajian ini akan berkonsentrasi pada “Materi Berita Olahraga Piala Dunia 2022” dengan tujuan utama mengkaji materi berita olahraga terkait Piala Dunia 2022 pada platform media sosial TikTok Kompas.com. Analisis Wacana Kritis menggunakan metodologi Teun A. van Dijk, dengan menggunakan prosedur observasi cermat, triangulasi, dan memastikan referensi tepat dan memadai.

Dari keempat berita yang diulas, tentunya masing-masing mempunyai makna tersendiri. Tujuan utama dari narasi ini adalah untuk menyoroti warisan berlimpah alat musik tradisional dan tradisi budaya Indonesia. Demikian pula, esai kedua berupaya menyoroti budaya Jepang yang dinamis dan metode yang mereka gunakan untuk menjaga kebersihan. Kedua berita ini mempunyai tujuan yang sama, yaitu memberikan konten budaya kepada pembacanya. Berita ketiga dan keempat memuat beberapa kritik terhadap Presiden FIFA, Gianni Infantino. Ia mengutarakan pandangannya bahwa negara-negara Barat bersikap munafik dengan terus-menerus mengkritik Piala Dunia 2022 mendatang di Qatar, yang diperkirakan akan menjadi Piala Dunia termahal yang pernah ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teks keempat item berita memenuhi komponen tekstual yang dijelaskan dalam teori wacana van Dijk. Isi berita yang dianalisis terdiri dari beberapa komponen seperti koherensi, koherensi kondisional, struktur kalimat, kata ganti, informasi latar belakang, rincian, maksud, bahasa, dan gambar. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa media mempertahankan sikap netral ketika membahas baik buruknya Piala Dunia 2022 di Qatar.

Kata Kunci: piala dunia 2022, konten berita, Kompas.com

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi merupakan aspek yang melekat dalam kehidupan manusia. Teknologi mempunyai dampak yang signifikan terhadap cara orang hidup, bekerja, dan berkomunikasi satu sama lain. Secara umum, perkembangan teknologi mencakup kemajuan yang dicapai melalui penelitian dan rekayasa, yang menghasilkan temuan-temuan baru, penerapan yang lebih baik, dan kemajuan yang berkelanjutan. Kemajuan teknologi terus berlanjut dan tidak ada indikasi akan melambat. Teknologi menjadi semakin canggih dan digunakan untuk mengatasi masalah dan memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu perkembangan yang signifikan di era digital adalah munculnya teknologi komunikasi yaitu media sosial.

Media sosial sangat menyederhanakan pekerjaan masyarakat. Kemudahan yang ditawarkan media sosial membuat penggunaanya bergantung padanya. Selain kelebihanannya, media sosial juga mempunyai kekurangan bagi penggunaanya. Salah satu masalah yang sering terjadi adalah pengguna sering menggunakan media sosial sebagai metode praktis untuk mengakses informasi yang tidak pantas, seperti pornografi. Media sosial sangat mempengaruhi lingkungan hidup masyarakat dan memungkinkan pola komunikasi yang tidak dibatasi oleh waktu, lokasi, atau jarak. Hal ini memungkinkan orang untuk berkomunikasi satu sama lain, dimanapun mereka berada atau keterbatasan ketersediaannya. Sebenarnya, sudah menjadi hal yang lumrah dalam kehidupan kita sehari-hari untuk mengakses informasi yang kita inginkan dengan mudah. Hal ini mencakup aktivitas seperti berselancar mencari informasi, melakukan aktivitas rekreasi, berbelanja, berinteraksi dengan orang lain, bahkan mencari peluang kerja (DataIndonesia.id: 2023).

Media sosial memiliki tujuan lebih dari sekedar komunikasi. Selain itu, ia menawarkan sejumlah besar informasi terkini di banyak media, seperti film dengan durasi tertentu dan foto-foto yang disertai keterangan. Saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dari masyarakat kita. Berdasarkan perkiraan We Are Social, diperkirakan akan ada lebih dari 167 juta orang yang menggunakan media sosial di Indonesia pada tahun 2023. Jumlah ini merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan aktivitas media lain seperti menonton video, mendengarkan musik, menonton televisi, dan seterusnya. Media sosial menyediakan

berbagai alat yang memungkinkan individu untuk terlibat dalam komunikasi satu sama lain. Beberapa platform jejaring sosial populer antara lain Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, WhatsApp, dan masih banyak lagi. Berkat platform media sosial, informasi dari seluruh dunia dapat dengan mudah menyebar ke negara lain dan menjangkau mereka yang terlibat di media sosial.

Setiap platform memiliki fungsi yang berbeda-beda, termasuk platform TikTok yang sangat populer, yang kini banyak diminati oleh individu dari segala kelompok umur, khususnya generasi milenial. TikTok sangat menarik karena menampilkan video disertai dengan musik latar yang menyenangkan. Platform ini mendapatkan popularitas yang signifikan sejak tahun 2021 (Septianto & Widaningsih, 2022). TikTok adalah platform media sosial dan aplikasi video luar biasa yang memungkinkan pengguna bersenang-senang membuat, meningkatkan, dan berbagi video pendek dengan tambahan kesenangan berupa filter dan musik (Aji, 2020).

Pada bulan September 2016, aplikasi TikTok dirilis. Namun mengalami kemunduran karena dilarang selama dua tahun oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika. Namun, mulai tahun 2021, TikTok telah menjadi fenomena yang diterima secara luas dan menjadi komponen penting dalam budaya populer Indonesia. Budaya populer adalah tentang bagaimana orang-orang menghargai budaya lain, tidak peduli apa tingkat sosial ekonomi mereka. Tentu saja, di era teknologi digital saat ini, TikTok memiliki pengaruh yang signifikan karena aksesibilitasnya terhadap informasi, sehingga memainkan peran penting dalam menentukan budaya populer suatu bangsa. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang yang menyukai program TikTok. Masyarakat dari segala usia, mulai dari generasi muda hingga orang tua antusias mengikuti platform TikTok.

Indonesia memiliki lebih dari 10 juta pengguna aktif di program TikTok yang populer. Program TikTok banyak digunakan oleh generasi muda yang kini sedang menempuh pendidikan dan umumnya disebut dengan generasi milenial (Aji, 2020). Media sosial berfungsi sebagai sarana komunikasi dan platform informasi, memberikan beberapa keuntungan, termasuk penyebaran informasi yang cepat. Platform media sosial, selain berfungsi sebagai mesin pencari, juga dapat digunakan sebagai cara untuk menghasilkan pendapatan secara online. Mereka sering digunakan sebagai platform bagi individu untuk mencari informasi. Selain untuk memberikan hiburan, platform TikTok juga berfungsi sebagai wadah bertukar informasi dan berdagang yang memberikan pengaruh positif bagi penggunanya. Ada banyak sekali informasi yang dibutuhkan pengguna di dalam aplikasi TikTok. Berita yang ditampilkan juga merupakan berita terkini atau banyak dibaca (Irfan, 2022). TikTok, sebagai media baru, menyediakan platform bagi para produser untuk dengan mudah menyebarkan kombinasi

informasi, berita, dan hiburan. TikTok merupakan platform yang menawarkan berbagai fitur untuk menarik pemirsa dan memberikan mereka kesempatan untuk menjelajahi konten yang dibuat oleh penggunanya.

Saat ini aplikasi TikTok sedang mengalami masa perkembangan yang cukup besar dan berhasil menarik banyak pengguna di berbagai pelosok tanah air. Meningkatnya jumlah pengguna Tik Tok mencakup beragam konten, termasuk hal-hal yang bersifat instruktif dan berorientasi pada berita. TikTok tidak hanya dikenal dengan kontennya yang beragam, tetapi juga melakukan kemajuan, seperti memodifikasi durasi video. Di masa lalu, TikTok memiliki beberapa keterbatasan, terutama dalam hal waktu pembuatan video. Namun, TikTok kemudian menerapkan perbaikan dengan memperpanjang waktu, seringkali berkisar antara 60 detik hingga 1 menit. Kemudian pada bulan Juli 2021 kembali diperpanjang menjadi durasi 3 menit. Pada bulan November 2021, batasan waktu diperpanjang menjadi 5 menit. Pada bulan Maret 2022, durasinya kembali diperluas menjadi 10 menit. Materi ini dengan baik hati disampaikan oleh salah satu juri terhormat pembicara TikTok (Kompas.com, 2022).

Berkat fenomena luar biasa ini dan peningkatan berkelanjutan yang dilakukan oleh para pembuatnya, TikTok telah memperoleh popularitas luar biasa tidak hanya sebagai platform hiburan, namun juga sebagai instrumen berharga untuk operasional jurnalistik online. Saat ini, banyak media yang mulai menggunakan tidak hanya platform online, tetapi juga aplikasi TikTok untuk memberikan informasi. Salah satu platform media tersebut adalah media Kompas yang dapat diakses melalui akun @Kompas.com. Kompas.com sebenarnya adalah anak perusahaan Kompas Gramedia yang merupakan salah satu perusahaan media massa terbesar di Indonesia. Korporasi menampung beberapa saluran media terkenal. Seiring berkembangnya teknologi, Kompas mengikuti tren terkini jurnalisme online dengan memberikan informasi melalui aplikasi TikTok. Intinya, selain harus tanggap dalam melihat peluang, Kompas dan media jurnalistik lainnya juga tidak bisa beroperasi secara mandiri. Akibatnya, mereka bergantung pada platform atau program alternatif untuk menemukan sudut pandang atau konsumen lain guna menghasilkan lebih banyak pendapatan.

Antara tahun 2020 dan 2022, akun TikTok Kompas.com telah berhasil mengumpulkan 3,3 juta pengikut dan mendapatkan 41,2 juta suka. Ekspansi yang luar biasa ini mungkin terlihat cukup cepat. Jika membahas platform media lain seperti Okezone.com, Tribunnews, dan Detik.com misalnya, TikTok Detik.com sukses meraup 1 juta pengikut dalam kurun waktu dua tahun. Selama dua tahun terakhir, Kompas.com sukses besar dalam menyediakan beragam berita yang mencakup banyak kategori. Mulai dari berita Piala Dunia 2022 mendatang, acara G20, penunjukan Jokowi, kasus Sambo, kejadian bersejarah, dan masih banyak lagi topik

lainnya. Setiap harinya, TikTok Kompas.com berhasil mempublikasikan 13 video konten berita yang banyak dilihat oleh banyak orang. Rekaman video yang dibuat oleh akun @kompas.com hadir dengan teks menawan dan disertai suara latar belakang yang memperkaya pengalaman menonton secara keseluruhan. Hal ini dilakukan untuk menjamin konten tersebut menarik bagi pengguna TikTok lainnya. Unggahan Kompas.com dilengkapi dengan deskripsi yang menyempurnakan isu berita dan dilengkapi dengan hashtag (simbol # pada kata kunci). Hashtag ini digunakan untuk meningkatkan fungsi pencarian pengguna lain (TikTok Kompas.com, 2022).

TikTok Kompas.com yang didirikan pada 26 Agustus 2020 menarik minat karena kemampuannya yang khas dalam menyajikan konten berita yang beragam. Ini mencakup rincian terkini tentang Piala Dunia, kasus Sambo, pemilu, teknologi, mobil, perjalanan, sejarah, MotoGP, olahraga, dan pengecekan fakta. Sebuah berita tentunya mempunyai pesan tertentu yang ingin disampaikan kepada khalayak luas. Berita yang disajikan di platform media sosial TikTok oleh Kompas.com pada dasarnya sama dengan apa yang dimuat di platform berita online Kompas.com. Meski demikian, terdapat perbedaan dalam cara penyampaian berita di media sosial dan platform media online. Berita seringkali dikomunikasikan melalui teks tertulis di platform internet. Namun di TikTok dan platform media sosial lainnya, berita disampaikan dalam bentuk video.

Sebagai fasilitator informasi, media baru, yaitu media sosial dalam hal ini menyebarkan informasi yang kemudian dikonsumsi oleh masyarakat, dipercaya, dan pada akhirnya mempengaruhi cara pandang masyarakat. Kapasitas institusi dan pemain politik untuk secara efektif menangani dan menangani suatu masalah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat. Institusi dan aktor politik memiliki kemampuan untuk membentuk sudut pandang masyarakat dengan menggunakan komunikasi politik di platform media sosial. Citra yang tercipta tentunya berkaitan erat dengan pemikiran dan tujuan setiap politisi. Pemilihan kata dalam sebuah teks komunikasi politik tidak hanya sekedar memprihatinkan, namun juga mencerminkan pemahaman dan penafsiran individu terhadap fakta atau kenyataan.

Dalam pembicaraan, merupakan kebiasaan bagi tokoh politik untuk mengutarakan pandangannya. Sudah menjadi kepercayaan umum di antara banyak orang bahwa kita memiliki kemampuan untuk membentuk realitas berdasarkan keinginan kita melalui penggunaan bahasa. Mirip dengan bagaimana pidato seorang pembicara dapat mempengaruhi perilaku dan ide-ide audiens, wacana memainkan peran penting dalam membentuk pemikiran kita dan mempengaruhi perilaku kita. Selain itu, tuturan mempunyai kapasitas untuk memastikan diterima atau ditolaknya sesuatu. Dalam analisis wacana kritis, wacana dipandang lebih dari

sekedar pemeriksaan kata-kata sederhana. Di sisi lain, analisis wacana kritis secara aktif memanfaatkan bahasa yang ada dalam teks yang diteliti.

Peneliti tertarik untuk mengkaji isi berita seputar Piala Dunia 2022 melalui lensa analisis wacana kritis. Berdasarkan penelitian, tayangan Piala Dunia 2022 berperan sebagai sarana untuk memperkenalkan acara tersebut dan menyampaikan pesan kepada khalayak luas di berbagai belahan dunia. Program ini tidak hanya menampilkan sepak bola sebagai sumber hiburan, tetapi juga memasukkan unsur budaya penting lainnya. Perlu disebutkan bahwa negara-negara Eropa dan Amerika Latin memiliki pengaruh yang signifikan terhadap olahraga sepak bola. Dalam penelitian ini, tujuan kami adalah untuk memahami keseluruhan pesan yang disampaikan dalam siaran ini. Setiap tanda yang hilang memiliki pesan unik. Padahal, setiap tanda atau tampilan mempunyai pesan dan teori tertentu yang melatarbelakanginya (Wibowo, 2011: 8).

Kompas.com menampilkan beragam akun media sosial, termasuk aplikasi TikTok yang sangat populer, yang diakui sebagai salah satu jejaring sosial dengan pertumbuhan tercepat di dunia. TikTok memungkinkan pengguna dengan mudah membuat video singkat berdurasi 15 detik, menggunakan musik, filter, dan beberapa komponen kreatif lainnya. Akun TikTok Kompas.com memiliki 3,5 juta pengikut dan telah mengumpulkan 66,9 juta suka. Kompas.com rutin membagikan update berita Piala Dunia 2022 melalui distribusi video di situsnya. Sebuah akun TikTok bertujuan untuk berbagi argumen dengan publik melalui kontennya. Peneliti menggunakan analisis wacana untuk mendapatkan lebih banyak wawasan tentang konten video di TikTok Kompas.com.

Analisis wacana memandang fakta sebagai hasil interaksi dinamis antara variabel ekonomi, politik, dan sosial yang ada dalam masyarakat. Ia menganggap berita sebagai cerminan preferensi orang-orang yang mempunyai otoritas. Dari sudut pandang analisis wacana, terlihat bahwa media dipengaruhi oleh kelompok dominan dan menjadi sarana untuk meminggirkan kelompok lain sehingga menjadikannya sebagai senjata kelompok dominan. Analisis wacana mengakui bahwa bahasa memainkan peran penting dalam memahami bagaimana ketimpangan kekuasaan diungkapkan dalam masyarakat (Eriyanto, 2011: 8-13).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis wacana yang terdapat pada berita Piala Dunia 2022 di situs media sosial TikTok dan Kompas.com. Video yang seolah memberikan berita dengan interpretasi tertentu. Untuk mewujudkan gagasan ini, peneliti mengkaji konten video dalam konteks media berita. Peneliti akan menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Analisis Konten Berita Piala Dunia 2022 di Media Sosial TikTok Kompas.com”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini berkaitan dengan analisis wacana konten berita di platform media sosial TikTok Kompas.com selama Piala Dunia 2022.

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan menganalisis konten berita Piala Dunia 2022 di media sosial TikTok, Anda dapat mengunjungi Kompas.com.

1.4 Manfaat Penelitian

Mengingat tujuan penelitian yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam bidang pendidikan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini dimaksudkan agar bermanfaat secara teori, khususnya:

- a. Memperkenalkan ide-ide segar dengan menggunakan aplikasi TikTok untuk mendapatkan wawasan tentang berita yang dikomunikasikan melalui TikTok.
- b. Peneliti berharap penelitian ini akan terbukti bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman dan wawasan kita terhadap peristiwa terkini.

2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti berharap temuan dan kajian ini mampu memberikan kontribusi yang berharga bagi pengetahuan para pembaca.
- b. Peneliti percaya bahwa penelitian ini dapat memberikan beberapa hal kepada pembaca untuk dipertimbangkan untuk penelitian di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- A'yuni, Roya Qiisy Qurotal. 2021. Analisis Wacana Kritis Konten Video Dewan Perwakilan Omel-Omel Bintang Emon di Instagram.
- Agustriana, Eka. 2014. "Efektivitas Penggunaan Video Pembelajaran Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Ekonomi Siswa SMA". Artikel Penelitian. Pontianak : Universitas Tanjungpura.
- Aji, Wisnu Nugroho. (2020). Aplikasi Tik Tok sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. *Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 4(2).
- Ardianto, Elvinaro. 2017. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar (Edisi Revisi)*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media.
- Astuti, Tia Agnes. 2015. Analisis Wacana Van Dijk Terhadap Berita "Sebuah Kegilaan di Simpang Kraft" di Majalah Pantau. Disetel tidak diterbitkan. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Bungin, Alfabeta Burhan. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Depok : PT Raja Grafindo.
- Cangara, Hafied. 2018. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- CnnIndonesia.com. 2020. Kisah Kejayaan TikTok. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/202210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktokdi-2020>.
- Eriyanto. 2011. *Analisis Framing (Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media)*. Yogyakarta: LKiS.
- GoodStats. 2022. Apa Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial. <http://goodstats.id/article/apa-alasan-utama-masyarakat-indonesia-menggunakan-media-sosial-nxvod>.
- Haryatmoko. 2017. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis)* (H. Zaskuri ed). Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Haryunikmah, Indri. 2022. Analisis Konten Kreatif Tema Hijrah di TikTok Shift Ustad Hanan Attaki.
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.
- Ifran, Muhammad. 2022. Aplikasi TikTok sebagai media informasi berita (Studi Kasus Karyawan Perkebunan Bungara, Kecamatan Bahorok, Langkat. *Mukadimah Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-Ilmu Sosial*. 6(2).
- Joan C. H. 2015. "The Development of Tourist Destinations Gulf: Oman and Qatar Compared", *Tourism Planning & Development*". Vol. 12 No.3 (2015): 352.

- Kompas.com. 2022. Durasi Video di TikTok Kini Makin Lama, Bisa Sampai 10 Menit. <https://amp.kompas.com/wiken/read/2022/03/05/094500081/durasi-video-di-tiktok-kini-makin-lama-bisa-sampai-10-menit>.
- Kumparan.com. 2021. Asalmuasal TikTok yang Kini Mendunia. <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asalmuasal-tiktok-yang-kini-mendunia1ss18QadAEN>. Diakses 20 November 2022.
- McQuail, Denis. 2013. Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy. J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyono S, Widjayanti. 2016. Ilmu Sosial: Perkembangan dan Tantangan di Indonesia. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Nasih, R. K., & Abboud, Z. A. 2020. A Critical Discourse Analysis of Two Iraqi Politicians' Speeches in Terms of Van Dijk's Socio-Cognitive Model. *Journal of Basra researches for Human Sciences*, 45(3).
- Nasrullah, Rulli. 2014. Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia). Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2016. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung (ID): Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalimun. 2017. Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis. Yogyakarta: PT Pustaka Baru Pers.
- Ngoc, N. 2022. "*Kafala Labor System Reform and the 2022 World Cup*". Center for International and Regional Studies, Georgetown University Qatar. ⁸¹
- Nurudin. 2014. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- Payuyasa, I. N. 2017. Analisis Wacana Kritis Model Van Dijk dalam Program Acara Mata Najwa di Metro TV. Segara Widya: Jurnal Penelitian Seni, 5.
- Paul, M. B., dan Richard, G. 2014. "*Soft Power and Soft Disempowerment: Qatar, Global Sport, and Football's 2022 World Cup Finals*", *Leisure Studies* : 7.
- Puntoadi, Danis. 2014. Menciptakan Penjualan Melalui Media Social Media. Jakarta (ID): PT Elex Komputindo.
- Puspitarini, Sekar Dinda & Nuraeni, Reni. 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3 (1), 71-80.
- Romli, Khomsahrial. 2016. KOMUNIKASI MASSA. Jakarta: PT. Grasindo, anggota Ikapi.

- Septiantoro, Ripki., & Widaningsih, Lilis. 2022. The Development of AutoCAD Tutorial Video by Using Tiktok Social Media as a Learning Media in Vocational Highschool 2 Pekanbaru. 4th International Conference on Innovation in Engineering and Vocational Education (ICIEVE 2021), 171–175.
- Srinivas, M. 2013. “*Persiapan Piala Dunia Ungkap Eksploitasi Migran di Qatar*”, DW. <https://www.dw.com/id/persiapan-piala-dunia-ungkap-eksploitasimigran-di-qatar/a-17165420>.
- Stjepan Bosnjak. 2022. "Football Diplomacy: How Qatar won the 2022 World Cup", Australian Institute of International Affairs. <https://www.internationalaffairs.org.au/australianoutlook/football-diplomacy-how-qatar-won-the2022-world-cup-hosting-rights>.
- Sugiyono. 2011. Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Supriyati. 2015. Metodologi Penelitian. Bandung: Labkat Press.
- Tamburaka, Apriadi. 2012. *Agenda Setting Media Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Valiant, Velantin. 2021. *Pengelolaan Media TikTok sebagai Media Informasi*. Fikom UPI Y.A.I. 1(1), 3-4.
- Yunus, Syarifudin. 2010. *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Yuzy, Hilman Syahrul., Afifi, Subhan., & Utami, Sri Yenni. 2019. Analisis Naratif Pemberitaan Prancis Sebagai Juara Piala Dunia 2018 di Harian Kompas. 17(1).
- Zainuddin. 2017. Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika.
- Zulmi, F. (2017). Keberpihakan Media terhadap Isu Pelestarian Lingkungan Hidup. *Jurnal Kata: Penelitian tentang Ilmu Bahasa dan Sastra*, 1(2), 101-108.