

Analisis Pesan Komunikasi Dalam Produksi Program YouTube Channel Pecah Telur

R. Hastomo, Nani Nurani Muksin
Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia
Email: gustomo@gmail.com

Abstrak	
Article Info: <i>Submitted:</i> 05/05/25 <i>Final Revised:</i> 19/05/25 <i>Accepted:</i> 21/05/25 <i>Published:</i> 22/05/25	YouTube kini menjadi media komunikasi yang berpengaruh dalam menyampaikan pesan edukatif dan inspiratif, termasuk dalam bidang kewirausahaan. Namun, belum banyak kajian yang secara spesifik menganalisis bagaimana pesan-pesan komunikasi disusun dan disampaikan dalam konten dokumenter bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk dan strategi pesan komunikasi yang digunakan dalam program YouTube Channel PecahTelur, yang menayangkan kisah-kisah inspiratif pelaku usaha lokal dari berbagai latar belakang. Penelitian menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kualitatif terhadap empat episode video yang dipilih berdasarkan jumlah tayangan dan keberagaman topik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan yang paling dominan adalah motivasi, inspirasi, dan edukasi. Strategi komunikasi yang digunakan mencakup narasi kisah nyata, visual sinematik, dan musik emosional yang memperkuat kedalaman pesan. Penyampaian pesan yang kuat ini terbukti efektif dalam membangun ikatan emosional dengan penonton serta meningkatkan kredibilitas konten sebagai media pembelajaran. Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten dokumenter berbasis storytelling mampu menjadi sarana penguatan literasi kewirausahaan bagi pelaku UMKM. Penelitian ini merekomendasikan kajian lanjutan dengan pendekatan kuantitatif untuk menggali dampak pesan terhadap sikap dan perilaku audiens secara lebih luas. Kata Kunci: Pesan Komunikasi, YouTube PecahTelur, dokumenter kewirausahaan Abstract <i>YouTube has become an influential communication medium for delivering educational and inspirational messages, including in the field of entrepreneurship. However, few studies have specifically analyzed how communication messages are constructed and conveyed in business documentary content. This study aims to analyze the forms and strategies of communication messages used in the PecahTelur YouTube Channel, which features inspiring stories of local entrepreneurs from various backgrounds. The research employed a qualitative content analysis method on four selected episodes, chosen based on view count and topic diversity. The findings reveal that the dominant messages conveyed are motivation, inspiration, and education. The communication strategy involves real-life storytelling, cinematic visuals, and emotional music that enhance message depth. This delivery approach effectively builds emotional connection with the audience and strengthens the content's credibility as a learning</i>

medium. The study implies that documentary content based on storytelling can serve as a valuable tool for fostering entrepreneurship literacy among MSMEs. Further research using quantitative approaches is recommended to explore the broader impact of such messages on audience attitudes and behavior.

Keywords: communication message, YouTube PecahTelur, entrepreneurship documentary

Corresponding: R. Hastomo
E-mail: gustomo@gmail.com



PENDAHULUAN

YouTube telah menjelma menjadi platform berbagi video terbesar di dunia, mengubah cara kita mengonsumsi informasi dan hiburan. Platform ini tidak hanya sekadar tempat untuk menonton video kucing lucu atau klip musik terbaru, tetapi juga telah menjadi kekuatan yang signifikan dalam membentuk opini publik (Asril et al., 2021; Hendrawan et al., 2022; Hermawan, 2022; Prawati et al., 2022; Yunita & Suprpto, 2021).

YouTube telah menjelma menjadi lebih dari sekadar platform berbagi video. Kini, platform ini telah menjadi ruang kelas virtual bagi para pengusaha, pemasar, dan siapa saja yang ingin belajar tentang bisnis. Mari kita bahas lebih dalam tentang fenomena konten bisnis di YouTube dan apa yang mendorong orang-orang untuk membuat konten semacam ini (Aisyah & Rorong, 2023; Arifin, 2023; Azizah, 2020; Handaningtias & Ariyani, 2023; Liling et al., 2022).

YouTube telah mengalami transformasi dari sekadar platform berbagi video menjadi sebuah universitas online bagi para pelaku bisnis. Beberapa fenomena menarik yang terjadi antara lain:

- 1) Demokratisasi Pengetahuan: Siapa pun, dari pengusaha rintisan hingga CEO perusahaan besar, dapat membuat konten dan membagikan ilmunya secara gratis. Ini membuat pengetahuan bisnis menjadi lebih mudah diakses oleh semua orang.
- 2) Beragam Format Konten: Konten bisnis di YouTube sangat beragam, mulai dari tutorial, vlog, wawancara, hingga podcast visual. Ini memberikan fleksibilitas bagi pembuat konten untuk menyesuaikan dengan gaya dan preferensi audiens (Abdillah, 2023; Citra et al., 2020; Darmawanti et al., 2019; Yuwita & Ayu Nurdiana, 2022).
- 3) Komunitas yang Kuat: Banyak channel YouTube bisnis yang memiliki komunitas yang sangat aktif. Pengikut channel ini seringkali berinteraksi satu sama lain, berbagi pengalaman, dan saling mendukung.
- 4) Monetisasi yang Menjanjikan: Selain berbagi pengetahuan, pembuat konten bisnis juga dapat menghasilkan pendapatan melalui iklan, sponsorship, atau menjual produk/jasa mereka.

Apa itu PecahTelur? PecahTelur berawal dari beberapa pemuda yang ingin memberikan sajian konten usaha yang menginspirasi. Konsep yang diusung PecahTelur adalah "Video Dokumenter Bisnis dan Biografi". Video dokumenter tersebut pertama kali

di upload di channel YouTube pada tgl 11 Februari 2021 dan masih aktif sampai sekarang: <https://www.YouTube.com/@PecahTelur>.

Kemudian PecahTelur mulai melebarkan sayap di platform yang lain yaitu Instagram: <https://www.instagram.com/pecahtelur.id>. Ketika era tiktok mulai marak PecahTelur juga tidak ketinggalan: <https://www.tiktok.com/@pecahtelur.id>. PecahTelur dari Tulungagung dan akan terus keliling Indonesia untuk meliput bisnis dan sosok yang menginspirasi.

Tim PecahTelur selalu memberikan para penontonnya pandangan dari sudut pandang yang lain, karena penontonnya yang sebagian besar adalah pengusaha UMKM sangat rentan dengan grafik usaha yang naik turun, dan disinilah PecahTelur hadir memberi ilmu langsung dari lapangan, dan itu sangat menginspirasi.

Dalam playlist ini sobat PecahTelur akan belajar bersama 25 Pengusaha hebat yang pernah diliput PecahTelur. Metode yang kami gunakan adalah livestreaming bersama narasumber tersebut dan membahas karakter apa yang menempel pada mereka sehingga mencapai titik ini.

Dan ternyata terbukti banyak juga perusahaan yang menjadi naik level karena kampanye storytelling yang berhasil. Contohnya apple dulu naik salah satunya karena keberhasilan dalam iklan storytelling "Think Different" tahun 1997, dan masih banyak lagi contoh-contoh yang lain. Saat ini Channel PecahTelur telah bekerjasama dengan Serikat Usaha Muhammadiyah (SUMU) untuk memberikan.

Meskipun YouTube telah menjadi media dominan dalam penyebaran informasi dan edukasi, masih minim penelitian yang secara khusus menganalisis bagaimana pesan komunikasi dalam program dokumenter seperti PecahTelur dapat membentuk persepsi dan memengaruhi audiens, khususnya di kalangan pelaku UMKM. Permasalahan utama terletak pada kurangnya kajian yang mengulas secara mendalam struktur pesan, strategi penyampaian, dan kekuatan narasi dalam membangun inspirasi serta motivasi usaha di era digital melalui medium audiovisual.

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami lebih dalam dinamika penyampaian pesan di platform YouTube yang kini tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sebagai alat edukasi dan pembentuk opini. Konten-konten inspiratif seperti PecahTelur memiliki potensi besar dalam membentuk motivasi dan cara berpikir audiens, khususnya pelaku usaha kecil yang mencari referensi dari pengalaman nyata. Penelitian ini menjadi penting dalam menjawab tantangan komunikasi digital yang semakin kompleks dan multidimensi. Selain itu, kajian ini diperlukan untuk memberikan kontribusi nyata dalam penyusunan strategi konten berbasis narasi dan dokumenter yang mampu meningkatkan keterlibatan serta membangun kredibilitas di mata audiens, terutama dalam konteks konten wirausaha.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa gaya penyampaian dan kredibilitas narasumber dalam platform YouTube sangat menentukan efektivitas pesan. Misalnya, Andrianto (2022) meneliti efektivitas pesan komunikasi pada akun GadgetIn yang fokus pada pengetahuan seputar teknologi, sementara Sarahdiva (2024) membahas strategi komunikasi emosional pada channel Jurnal Risa untuk membangun koneksi

psikologis dengan penonton. Mujiyanto (2019) menegaskan efektivitas YouTube sebagai media ajar yang mampu meningkatkan motivasi belajar jika pesan dikemas secara menarik. Namun, fokus dari penelitian-penelitian tersebut belum mencakup konten dokumenter bertema kewirausahaan. Sebagian besar masih berfokus pada hiburan, teknologi, atau pembelajaran konvensional. Belum ada penelitian yang mengupas bagaimana narasi dokumenter bisnis dapat berfungsi sebagai media komunikasi strategis untuk membentuk nilai, motivasi, dan sikap dalam berwirausaha. Dalam hal ini, channel PecahTelur yang menyajikan video dokumenter tentang perjalanan pengusaha menjadi sangat relevan untuk dikaji secara ilmiah.

Terdapat celah penelitian yang belum tergarap, yaitu pada aspek pesan komunikasi yang dikonstruksi dalam format dokumenter visual YouTube yang berorientasi pada edukasi wirausaha. Riset terdahulu lebih banyak menyoroati strategi komunikasi dalam konteks hiburan atau teknologi, sehingga kajian mengenai struktur pesan dan kekuatan naratif dalam video seperti PecahTelur masih sangat terbatas dan memerlukan penggalian lebih lanjut.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengangkat aspek komunikasi visual dari konten dokumenter kewirausahaan dalam YouTube Channel PecahTelur sebagai objek utama. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang menyoroati aspek teknis atau pemasaran digital, penelitian ini mengkaji kedalaman pesan, cara penyampaian narasi, serta efek emosional yang dihasilkan dari storytelling yang disusun secara strategis untuk membentuk persepsi dan semangat usaha pada audiens.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi bentuk pesan dominan yang disampaikan oleh Channel PecahTelur, menganalisis strategi komunikasi yang digunakan dalam video dokumenter yang mereka produksi, serta mengevaluasi efektivitas teknik visual, narasi, dan audio dalam membentuk persepsi audiens, khususnya dalam membangun motivasi dan edukasi kewirausahaan.

Manfaat dari penelitian ini secara teoretis adalah menambah khazanah kajian komunikasi digital dan dokumenter wirausaha. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh produser konten dan praktisi media digital sebagai panduan dalam merancang pesan komunikasi yang efektif dan menyentuh audiens, serta memperkuat peran media sosial dalam mengedukasi dan menginspirasi pelaku UMKM di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi (content analysis) dengan pendekatan kualitatif. Metode ini dipilih karena sesuai untuk mengidentifikasi, menginterpretasi, dan mengkaji makna pesan-pesan komunikasi yang terkandung dalam konten media, dalam hal ini video dokumenter yang ditayangkan oleh Channel YouTube PecahTelur. Peneliti tidak melakukan eksperimen atau survei, melainkan mengamati dan menganalisis secara mendalam isi media yang telah tersedia secara publik.

Analisis isi digunakan untuk memahami bagaimana pesan-pesan visual dan verbal

dikonstruksi dalam video, serta bagaimana elemen-elemen seperti narasi, visual, musik, dan teknik sinematografi berkontribusi terhadap penyampaian makna. Peneliti memilih empat episode video dengan jumlah penonton tinggi dan keragaman subjek sebagai sampel yang dianggap representatif terhadap gaya komunikasi channel tersebut. Video ini ditonton secara menyeluruh dan dicatat setiap elemen yang berkontribusi terhadap pesan yang dikomunikasikan.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi non-partisipatif, yaitu peneliti hanya bertindak sebagai pengamat tanpa terlibat dalam produksi konten. Semua data dikumpulkan dari konten video asli yang tersedia di channel YouTube PecahTelur. Dalam prosesnya, peneliti menyalin kutipan penting, mendeskripsikan adegan visual, mencatat gaya narasi, dan merekam kesan emosional atau makna implisit dari setiap bagian konten yang diamati.

Analisis data dilakukan melalui kategorisasi tema dan interpretasi makna berdasarkan teori komunikasi dan teori pesan. Tema-tema utama seperti motivasi, inspirasi, edukasi, serta teknik penyampaian pesan seperti storytelling, sinematografi, dan ilustrasi visual menjadi fokus kajian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat struktur dan strategi komunikasi secara mendalam dan kontekstual, bukan hanya dari sisi permukaan atau teknis semata.

Melalui metode analisis isi ini, penelitian mampu memberikan gambaran holistik tentang bagaimana Channel PecahTelur membangun narasi inspiratif dan edukatif melalui dokumenter bisnis. Metode ini efektif untuk mengungkap nilai-nilai yang terkandung dalam pesan komunikasi serta implikasinya terhadap pembentukan persepsi audiens. Oleh karena itu, metode ini tidak hanya relevan secara ilmiah, tetapi juga tepat sasaran dalam menjawab tujuan penelitian yang berorientasi pada pemahaman mendalam terhadap konten media digital.

Adapun konten video yang di jadikan sample penelitian ada 4 judul, yaitu:

Judul Episode	Link	Periode / Durasi / Viewer	Subyek	Jenis Produk
Mahalnya Nilai "TENANG", Seorang Analis Di Singapura Pilih Resign & Ternak Domba Di Desa!	https://www.youtube.com/watch?v=6mupgISEB0Q	2024 / 46:17 / 3,7 juta	Surya, Garum Farm	Peternakan
Usaha Sampingan Omset Ratusan Juta, Cukup Luangkan Waktu 2-3 Jam Saja	https://www.youtube.com/watch?v=JKI_CIkEKq0	2024 / 28:05 / 1,4 juta	Arif Firmansyah, Mayscent	Parfum
Cerita Sukses Ternak Ayam Kampung! Untung Besar dg Kandang Terintegrasi Maggot!	https://www.youtube.com/watch?v=jZ3X_nHZPRY	2024 / 19:45 / 1,3 juta	Hardianto, NZ BSF Farm	Peternakan
Dulu Beli Nasi	https://www.youtube.com/watch?v=jZ3X_nHZPRY	2024 / 43:17 / 1	Pipo, IndoMaret	Properti

Judul Episode	Link	Periode / Durasi / Viewer	Subyek	Jenis Produk
Goreng Pun Tak Mampu, Kini Hidup Nyaman Dari Passive Income 50+ Properti	e.com/watch?v=Qy juta 2pay1ivSw			

Teknik pengumpulan data adalah dengan menonton seluruh episode dan membuat catatan-catatan dari isi video di channel YouTube PecahTelur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alur Cerita

Film atau video produksi YouTube PecahTelur membuat audiens betah mendengarkan dan fokus memahami isi komunikasi sebuah film. Ini adalah tantangan yang menarik, terutama di era dimana perhatian penonton mudah terpecah.

Penyusunan cerita bagus dan menarik karena teknik penyusunan alur konflik runtut dan tidak bertele-tele. Konflik yang dihadirkan relevan dengan kehidupan atau perjalanan usaha dari penonton dan membuat penasaran untuk mengetahui bagaimana penyelesaiannya.

Personal yang dihadirkan dalam setiap video memiliki karakter yang bisa dirasakan penonton. Penonton bisa menemukan diri mereka sendiri atau orang-orang yang mereka kenal dalam karakter-karakter tersebut.

Teknik Produksi

Teknik produksi film YouTube PecahTelur membuat penonton fokus dan memahami isinya karena disusun berdasar teknik storytelling yang baik. Semua elemen film, mulai dari cerita, visual, audio, hingga teknik sinematografi, bekerja sama menciptakan pengalaman menonton yang membuat betah untuk mengikuti alur cerita sampai akhir.

Di sisi teknik sinematografi sangat menarik karena bisa menciptakan suasana dan atmosfer yang sesuai dengan alur cerita. Editing yang baik akan membuat film mengalir dengan lancar dan menarik perhatian penonton.

Desain produksi yang detail dan sesuai dengan setting cerita berhasil membuat penonton ikut hanyut terbawa ke dalam dunia usaha atau personal yang diliput. Diselingi musik yang memperkuat emosi dan suasana dalam film, suara dialog dan efek suara terdengar jelas dan tidak terdistorsi dan narasi yang jelas, ringkas dan alami, turut memperkuat penyerapan pesan yang disampaikan kepada penontonnya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa pesan komunikasi yang disampaikan melalui video di Channel YouTube PecahTelur didominasi oleh narasi motivasional, inspiratif, dan edukatif. Ketiga unsur ini menjadi fondasi utama dari strategi penyampaian pesan yang digunakan oleh tim kreator dalam menjangkau audiens, terutama pelaku UMKM dan generasi muda yang tertarik pada dunia wirausaha.

Dalam aspek motivasi, hampir setiap video menampilkan perjalanan tokoh yang dimulai dari kondisi sulit hingga mencapai titik keberhasilan. Misalnya, video berjudul "Dulu Beli Nasi Goreng Pun Tak Mampu, Kini Hidup Nyaman dari Passive Income 50+ Properti" menghadirkan sosok yang berhasil bangkit dari keterpurukan ekonomi menjadi pemilik banyak properti. Narasi ini membangkitkan semangat dan keyakinan bahwa kesuksesan bisa dicapai dari titik nol.

Selain motivasi, video-video tersebut juga membawa nilai inspiratif dengan menunjukkan bagaimana pelaku usaha menjalani transformasi hidupnya. Dalam episode tentang Garum Farm, tokoh utama meninggalkan pekerjaan bergaji besar di luar negeri untuk beternak domba di desa. Keputusan ini bukan hanya menginspirasi, tetapi juga memberikan pandangan alternatif bahwa makna kesuksesan tidak selalu identik dengan kerja di kota atau perusahaan besar.

Pesan edukasi juga muncul secara konsisten, terutama dalam bentuk wawasan praktis yang dibagikan narasumber. Penonton tidak hanya diajak menyaksikan perjalanan bisnis, tetapi juga diperkenalkan pada strategi, proses produksi, hingga tantangan operasional. Misalnya, dalam video Mayscent, dijelaskan bagaimana pengusaha parfum membangun sistem distribusi dan produksi skala kecil namun profesional.

Dari sisi alur cerita, teknik storytelling yang digunakan dalam video-video PecahTelur sangat efektif dalam menjaga perhatian penonton. Narasi disusun dengan pembukaan yang menggugah rasa penasaran, konflik yang menggambarkan perjuangan, dan resolusi berupa pencapaian atau pelajaran penting. Pola ini membuat pesan menjadi lebih mudah dicerna dan memiliki dampak emosional yang kuat.

Teknik produksi juga memainkan peran penting dalam menyampaikan pesan. Sinematografi yang digunakan cukup profesional, dengan pengambilan gambar yang mendukung narasi dan memperkuat emosi. Musik latar disesuaikan dengan mood cerita, mulai dari nada haru, semangat, hingga kontemplatif. Hal ini menciptakan suasana yang mendalam dan membantu audiens menyelami kisah yang ditampilkan.

Visualisasi tidak hanya digunakan untuk keindahan semata, melainkan juga untuk memperjelas proses bisnis. Gambar-gambar produksi ternak, pabrik parfum, dan desain properti membantu menanamkan pemahaman konkret kepada penonton mengenai jenis usaha yang dijalankan. Ini menguatkan unsur edukatif yang menjadi salah satu tujuan utama channel.

Dialog narasumber ditampilkan secara natural dan tidak dipotong terlalu banyak, memberikan kesan otentik dan membangun kedekatan emosional dengan audiens. Hal ini penting dalam membangun kredibilitas, karena penonton merasa sedang mendengarkan kisah nyata dari orang biasa, bukan tokoh fiktif atau iklan berlebihan.

Secara tidak langsung, PecahTelur juga menggunakan pendekatan retorika yang kuat. Penekanan pada nilai perjuangan, keberanian mengambil risiko, dan pentingnya konsistensi menjadi daya tarik tersendiri. Kalimat-kalimat yang mengandung kekuatan moral disisipkan dalam narasi maupun pernyataan narasumber.

Hasil penelusuran juga menunjukkan bahwa video dengan konflik atau transformasi yang dramatis memiliki engagement yang lebih tinggi. Konten seperti kisah resign dari

luar negeri untuk bertani di desa atau kisah kebangkitan dari kemiskinan cenderung mendapatkan komentar positif, like, dan share yang tinggi. Ini menunjukkan bahwa penonton tidak hanya menonton, tetapi juga merasa terhubung secara emosional.

Namun, tidak semua video memiliki dampak yang sama kuat. Beberapa video dengan konten teknis yang terlalu panjang atau tanpa konflik yang jelas cenderung memiliki durasi tonton lebih pendek. Hal ini menunjukkan pentingnya peran storytelling dalam membungkus konten edukatif agar tetap menarik.

Channel ini berhasil membangun segmentasi penonton yang solid, terutama dari kalangan UMKM dan komunitas bisnis muda. Hal ini terlihat dari komentar yang didominasi oleh kalangan pelaku usaha, baik yang sedang merintis maupun yang sudah berkembang. Komentar tersebut banyak berisi ucapan terima kasih dan testimoni bahwa konten memberi inspirasi nyata.

Secara linguistik, pesan-pesan dalam video menggunakan bahasa yang komunikatif, akrab, dan inklusif. Tidak ada istilah teknis yang membingungkan, dan jika ada, selalu dijelaskan dengan sederhana. Gaya komunikasi seperti ini sangat efektif dalam menjangkau target audiens yang beragam latar belakang pendidikan.

Kekuatan lain dari PecahTelur adalah keberhasilannya dalam menghadirkan representasi budaya lokal. Banyak episode yang mengambil latar usaha di desa, pasar tradisional, atau kampung pengrajin, yang membuat penonton merasa bahwa peluang usaha tidak harus dimulai di kota besar. Representasi ini memperluas jangkauan aspirasi penonton dari berbagai daerah.

Dari segi psikologi komunikasi, video-video PecahTelur memanfaatkan daya sugesti positif dan pembingkai narasi yang optimistik. Bahkan ketika menghadirkan kegagalan, narasi selalu diakhiri dengan pelajaran atau peluang baru. Ini menciptakan efek self-efficacy, yaitu keyakinan penonton bahwa mereka juga mampu melakukan hal serupa.

Melalui pendekatan komunikasi visual dan verbal, channel ini berhasil menyeimbangkan antara hiburan dan edukasi. Penonton merasa mendapatkan insight bisnis sambil menikmati kisah yang mengalir dengan ringan namun bermakna. Hal ini menjadikan konten PecahTelur bukan hanya disukai, tetapi juga dijadikan referensi pembelajaran.

Dalam konteks strategi komunikasi, PecahTelur menerapkan model komunikasi dua arah melalui kolom komentar dan live streaming interaktif. Penonton dapat mengajukan pertanyaan, memberi masukan, bahkan berbagi pengalaman. Ini memperkuat keterlibatan audiens dan membentuk komunitas belajar yang aktif.

Dari hasil observasi, terlihat bahwa penggunaan narasi personal lebih berhasil dibanding pendekatan informatif murni. Kisah hidup yang autentik dan relatable membuat pesan lebih melekat. Oleh karena itu, penting bagi konten edukatif lain untuk tidak sekadar menyampaikan data, tetapi juga membangun cerita yang menyentuh.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama Channel PecahTelur terletak pada keberhasilannya mengemas pesan komunikasi dengan pendekatan humanistik, visual yang kuat, serta narasi yang membumi. Kombinasi ini

menjadikan konten tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif dalam memengaruhi pola pikir dan semangat audiens.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa PecahTelur tidak sekadar menjadi media dokumentasi bisnis, tetapi juga berperan sebagai agen perubahan sosial melalui narasi inspiratif yang mampu menggugah dan membimbing penonton menuju mindset kewirausahaan yang lebih matang.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesan dominan yang disampaikan oleh Channel YouTube PecahTelur berkisar pada nilai-nilai motivasi, inspirasi, dan edukasi, yang dikemas melalui narasi kisah nyata pelaku usaha dari berbagai latar belakang. Strategi penyampaian pesan yang memanfaatkan kekuatan narasi, visual sinematik, dan musik latar yang emosional terbukti efektif dalam menarik perhatian penonton serta menjadikan kontennya sebagai sumber edukasi yang relevan bagi pelaku UMKM. Temuan ini memberikan implikasi bahwa kekuatan storytelling yang otentik mampu meningkatkan keterlibatan audiens secara emosional, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan jumlah subscriber channel tersebut. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar dilakukan eksplorasi lebih dalam terhadap respons audiens melalui pendekatan kuantitatif seperti survei atau analisis komentar penonton, guna memahami dampak pesan terhadap perubahan perilaku atau keputusan bisnis audiens secara lebih terukur. Selain itu, perlu juga dikaji bagaimana pengaruh representasi visual dan keberagaman tokoh terhadap efektivitas pesan yang disampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. (2023). Penggunaan Video Tutorial Youtube Kalibrasi Mikrometer sebagai Inovasi dalam Manajemen Pembelajaran Interaktif. *Jurnal Studi Inovasi*, 3(3). <https://doi.org/10.52000/jsi.v3i3.136>
- Aisyah, S. N., & Rorong, M. J. (2023). Pengaruh Kredibilitas Konten Edukasi Kanal Youtube Kok Bisa? Terhadap Kebutuhan Informasi Followers. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 5(5). <https://doi.org/10.33884/scientiajournal.v5i5.7880>
- Andrianto, A. L. (2022). *Efektivitas pesan komunikasi akun YouTube Gadgetin terhadap pengetahuan seputar gadget* (Skripsi, Universitas Buddhi Dharma). Fakultas Sosial dan Humaniora, Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Arifin, R. D. (2023). *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*. Dianisa.Com.
- Asril, F. A., Permata, R. R., & Ramli, T. S. (2021). Perlindungan Hak Cipta pada Platform Digital Kreatif YouTube. *Jurnal Jurisprudence*, 10(2). <https://doi.org/10.23917/jurisprudence.v10i2.10368>
- Azizah, H. (2020). Konten Kreatif Youtube Sebagai Sumberpenghasilan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Youtuber Kota Metro). In *Energy for Sustainable Development: Demand, Supply, Conversion and Management*.
- Citra, N. P., Cahyani, A., Agung, A., Maharani, P., & Suparsa, N. (2020). Edukasi Cara

- Pembuatan Masker Kain Kepada Umkm Konveksi Melalui Video Tutorial Di Youtube. *Prosiding Seminar Regional Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mahasarakswati Denpasar Di Masa Pandemi Covid-19 Tahun 2020*.
- Darmawanti, A. A. S., Indriani, M. S., & Astika, M. (2019). Analisis Kalimat Imperatif Dalam Video Tutorial Skincare Clarin Hayes Di Youtube Dan Relevansinya Pada Pembelajaran Teks Prosedur Di SMA. *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia Undiksha*, 9(2). <https://doi.org/10.23887/jjpbs.v9i2.20488>
- Handaningtias, U. R., & Ariyani, N. (2023). Content Marketing Sebagai Alat Membangun Keterikatan Konsumen: Analisis Konten BTS di Media Sosial Youtube. *Ijd-Demos*, 5(1). <https://doi.org/10.37950/ijd.v5i1.396>
- Hendrawan, A., Pinem, A. P. ristadi, & Huizen, L. M. (2022). Pemanfaatan Platform Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Guru-Guru Kelompok Kerja Madrasah (Kkm) Ma Ma Arif Kabupaten Demak. *TEMATIK*, 2(2). <https://doi.org/10.26623/tmt.v2i2.4679>
- Hermawan, F. (2022). Analisis Minat Masyarakat Pengguna Platform YouTube sebagai Media Komunikasi Digital Masa Kini . *Manajemen*, 14(3).
- Liling, J. R., Lyawati, M., Lim, S., Lim, T., & Jiang, K. (2022). Pengaruh YouTube Vloggers terhadap Food Branding. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.20848>
- Mujianto, H. (2019). *Pemanfaatan YouTube sebagai media ajar dalam meningkatkan minat dan motivasi belajar* (Skripsi, Universitas Garut). Program Studi Ilmu Komunikasi.
- Prawati, S., Astuti, N., & Tri, Lucia Tria Pangesti, M. G. M. (2022). Analisis Video Pembelajaran Pada Platform Youtube “ Pak Guru Masak ” Sebagai Rekomendasi Bahan Ajar Boga Dasar. *Jurnal Tata Boga*, 11(1–9).
- Sarahdiva, R. H. (2024). *Strategi marketing komunikasi pada channel YouTube “Jurnal Risa”*. Bandung: Unisba Press.
- Yunita, E., & Suprpto, N. (2021). Analisis Kelayakan Video Pembelajaran Fisika Berbasis Platform Youtube pada Materi Usaha dan Energi. *IPF: Inovasi Pendidikan Fisika*, 10(1). <https://doi.org/10.26740/ipf.v10n1.p21-31>
- Yuwita, N., & Ayu Nurdiana. (2022). Representasi Kecantikan Dalam Media Sosial (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Video Tutorial Makeup Beauty Vlogger Tasya Farasya Di Youtube). *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(1). <https://doi.org/10.51339/ittishol.v3i1.366>



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)