

ABSTRAK

Muhammad Rizqi Fanani, NIM. 1860304221026, 2026. "*Strategi Komunikasi Digital Kanal YouTube Pecah Telur dalam Memperkuat Branding UMKM Indonesia*". Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Jurusan Dakwah, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing: Clara Sinta Pratiwi, M.Sos

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Digital, Kanal YouTube, Branding UMKM, Dakwah Digital, Storytelling.

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang baru bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk membangun identitas dan citra usaha melalui platform berbasis video seperti YouTube. Kanal YouTube *Pecah Telur* hadir sebagai salah satu contoh nyata pemanfaatan platform digital dalam memperkuat *branding* UMKM Indonesia melalui pendekatan *storytelling* dokumenter yang autentik dan bernilai. Keunikan kanal ini terletak pada kemampuannya mengintegrasikan narasi bisnis dengan nilai-nilai spiritual keislaman secara natural, menjadikannya bukan sekadar media *branding* melainkan juga wahana dakwah bil-hal kontemporer.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh kru kanal YouTube *Pecah Telur* dalam memperkuat *branding* UMKM Indonesia, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam pelaksanaan strategi tersebut, serta mengungkap nilai-nilai yang dipegang dan disampaikan dalam konten komunikasinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, *observasi partisipatif*, dan dokumentasi di *Telur Studio*, Tulungagung, Jawa Timur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital *Pecah Telur* berlangsung melalui tiga tahapan sistematis, yaitu formulasi, implementasi, dan evaluasi. Faktor pendukung meliputi tim kreatif yang solid, pendekatan *storytelling* yang adaptif, diferensiasi nilai spiritual, dan distribusi multi-platform. Faktor penghambat mencakup keterbatasan *public speaking* narasumber, medan syuting yang sulit, keterbatasan *footage*, dan kondisi kesehatan tim. Adapun nilai-nilai yang disampaikan meliputi ketauhidan, ketawakalan, kedermawanan, dan kebebasan dari praktik riba yang terintegrasi secara implisit dalam narasi bisnis UMKM.

ABSTRACT

Muhammad Rizqi Fanani, NIM. 1860304221026, 2026. *"Digital Communication Strategy of the YouTube Channel Pecah Telur in Strengthening the Branding of Indonesian MSMEs"*. Study Program of Islamic Communication and Broadcasting, Department of Da'wah, Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University of Tulungagung. Supervisor: Clara Sinta Pratiwi, M.Sos

Keywords: *Digital Communication Strategy, YouTube Channel, MSME Branding, Digital Da'wah, Storytelling.*

The advancement of digital technology has opened new opportunities for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to build their business identity and image through video-based platforms such as YouTube. The YouTube channel Pecah Telur stands as a concrete example of digital platform utilization in strengthening the branding of Indonesian MSMEs through an authentic and value-driven documentary storytelling approach. The uniqueness of this channel lies in its ability to naturally integrate business narratives with Islamic spiritual values, making it not merely a branding medium but also a vehicle for contemporary da'wah bil-hal.

This study aims to describe the digital communication strategy implemented by the crew of the YouTube channel Pecah Telur in strengthening Indonesian MSME branding, to identify the supporting and inhibiting factors in the execution of such strategy, and to reveal the values upheld and conveyed within its communication content. The research employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques consisting of in-depth interviews, participatory observation, and documentation conducted at Telur Studio, Tulungagung, East Java.

The findings reveal that the digital communication strategy of Pecah Telur operates through three systematic stages formulation, implementation, and evaluation. Supporting factors include a solid creative team, an adaptive storytelling approach, spiritual value differentiation, and multi-platform distribution. Inhibiting factors encompass the limited public speaking competency of subjects, challenging shooting locations, insufficient footage, and the health condition of the team. The values conveyed encompass tawhid, tawakkul, generosity, and freedom from usurious practices, all of which are implicitly integrated within the business narratives of the MSMEs featured.

ملخص

محمد رزقي فنائي، رقم الطالب. 1860304221026، 2026. "استراتيجية التواصل الرقمي لقناة يوتيوب "بيجاه تيلور" في تعزيز هوية المشاريع الصغيرة والمتوسطة الإندونيسية". برنامج الاتصال والإذاعة الإسلامية، قسم الدعوة، كلية أصول الدين والآداب والدعوة، الجامعة الإسلامية الحكومية سيد علي رحمة الله تولونغونغونغ. المشرفة: كلارا سينتا براتيوي، ماجستير في العلوم الاجتماعية

الكلمات المفتاحية: استراتيجية التواصل الرقمي، قناة يوتيوب، هوية المشاريع الصغيرة والمتوسطة، الدعوة الرقمية، السرد القصصي.

أتاح التطور التكنولوجي الرقمي فرصًا جديدة للمشاريع الصغيرة والمتوسطة لبناء هويتها وصورته التجارية عبر المنصات القائمة على الفيديو كيوتيوب. وتعدّ قناة يوتيوب "بيجاه تيلور" نموذجًا ملموسًا على توظيف المنصات الرقمية في تعزيز هوية المشاريع الصغيرة والمتوسطة الإندونيسية من خلال أسلوب السرد الوثائقي الأصيل ذي القيمة الرفيعة. وتكمن خصوصية هذه القناة في قدرتها على دمج الروايات التجارية بالقيم الروحية الإسلامية بصورة طبيعية، مما يجعلها لا مجرد وسيلة لبناء الهوية التجارية، بل فضاءً للدعوة بالحال في صورتها المعاصرة.

تهدف هذه الدراسة إلى وصف استراتيجية التواصل الرقمي التي ينتهجها طاقم قناة يوتيوب "بيجاه تيلور" في تعزيز هوية المشاريع الصغيرة والمتوسطة الإندونيسية، وتحديد العوامل الداعمة والمعيقة في تنفيذ هذه الاستراتيجية، والكشف عن القيم التي تحملها وتبثّها في مضامين تواصلها. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي النوعي، وجمعت بياناتها عبر المقابلات المعمّقة والملاحظة بالمشاركة والتوثيق في استوديو تيلور بتولونغونغونغ، جاوة الشرقية.

أظهرت نتائج البحث أن استراتيجية الاتصال الرقمي "تخطيط البيضة" تجري من خلال ثلاث مراحل منهجية، وهي الصياغة، والتطبيق، والتقييم. تشمل العوامل المساعدة فريقيًا إبداعيًا متماسكًا ونهج السرد التكيفي، وتمييز القيمة الروحية، والتوزيع عبر منصات متعددة. وتشمل العوامل المعيقة محدودية مهارات المتحدثين العامة، وصعوبة مواقع التصوير، ومحدودية اللقطات، وحالة الصحة العامة للفريق. أما القيم التي يتم نقلها فتشمل التوحيد، والتوكل، والكرم، والتحرر من ممارسة الربا التي تُدمج ضمنيًا في سرد أعمال المشاريع الصغيرة والمتوسطة.