

## STRATEGI KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN DIGITAL DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN SERTA PARTISIPASI ANGGOTA KOPERASI

Hardy Fachri Arnom<sup>1</sup>; Bambang Sadarta<sup>2</sup>; Wawan Lulus Setiawan<sup>3</sup>

Universitas Koperasi Indonesia<sup>1,2,3</sup>

Email : hardyfachri@gmail.com

### ABSTRAK

Transformasi digital menuntut koperasi untuk mengadopsi teknologi tanpa mengabaikan nilai-nilai kekeluargaan yang menjadi fondasinya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi komunikasi yang efektif dengan mengintegrasikan pendekatan interpersonal dan digital guna meningkatkan kepercayaan serta partisipasi anggota koperasi. Studi ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus intrinsik di Koperasi "X" di Jawa Barat, yang telah aktif menerapkan komunikasi hybrid. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengurus dan anggota, observasi partisipan terhadap interaksi dalam rapat dan platform digital, serta studi dokumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal (seperti rapat tatap muka dan kunjungan) merupakan fondasi krusial untuk membangun kepercayaan afektif (berbasis ikatan emosional dan empati). Sementara itu, komunikasi digital (melalui aplikasi dan grup WhatsApp) efektif dalam membangun kepercayaan kognitif (berbasis persepsi kompetensi dan transparansi) serta efisiensi layanan. Temuan kunci mengungkap bahwa strategi hybrid yang sinergis di mana saluran digital digunakan untuk penyebaran informasi dan transparansi, sedangkan saluran interpersonal digunakan untuk penguatan hubungan, penjelasan kompleks, dan pengambilan keputusan menciptakan efek saling memperkuat. Sinergi ini secara signifikan meningkatkan kedua dimensi kepercayaan, yang pada gilirannya mendorong partisipasi anggota yang lebih aktif, baik secara finansial maupun dalam pengambilan keputusan kolektif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kesuksesan koperasi di era digital tidak terletak pada pilihan dikotomis antara tradisi dan teknologi, tetapi pada kapasitasnya untuk merajut keduanya dalam sebuah strategi komunikasi terpadu yang inklusif dan adaptif. Implikasi praktis dari penelitian ini adalah pentingnya desain komunikasi yang disengaja oleh pengurus, investasi pada literasi digital anggota, dan komitmen untuk mempertahankan ruang interaksi sosial langsung.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal; Komunikasi Digital; Kepercayaan; Partisipasi Anggota; Koperasi; Strategi Hybrid

### ABSTRACT

*Digital transformation requires cooperatives to adopt technology without neglecting their foundational family values. This study aims to analyze and formulate an effective communication strategy by integrating interpersonal and digital approaches to increase trust and participation of cooperative members. This study used a qualitative method with an intrinsic case study approach at Cooperative "X" in West Java, which has actively implemented hybrid communication. Data were collected through in-depth interviews with administrators and members, participant observation of interactions in meetings and digital platforms, and document review. The results indicate that interpersonal communication (such as face-to-face meetings and visits) is a crucial foundation for building affective trust (based on emotional bonds and empathy). Meanwhile, digital communication (via WhatsApp apps and groups) is effective in building cognitive trust (based on perceptions of competence and transparency) and service efficiency. Key findings reveal that a synergistic hybrid strategy—where digital channels are used for information dissemination and transparency, while interpersonal channels are used for relationship building, complex explanations, and decision-making creates a mutually reinforcing effect. This synergy significantly enhances both dimensions of trust, which in turn*

*encourages more active member participation, both financially and in collective decision-making. This study concludes that the success of cooperatives in the digital age lies not in a dichotomous choice between tradition and technology, but in their capacity to weave both into an integrated, inclusive and adaptive communication strategy. Practical implications of this research include the importance of deliberate communication design by management, investment in members' digital literacy, and a commitment to maintaining spaces for direct social interaction.*

*Keywords : Interpersonal Communication; Digital Communication; Trust; Member Participation; Cooperatives; Hybrid Strategy*

## PENDAHULUAN

Koperasi merupakan pilar ekonomi rakyat yang menempatkan partisipasi anggota sebagai kunci utama keberhasilan organisasi. Namun dalam praktiknya, banyak koperasi menghadapi tantangan berupa rendahnya keaktifan anggota dalam kegiatan organisasi. Kondisi tersebut juga dirasakan oleh Gerakan Koperasi, yang dalam beberapa tahun terakhir mengalami fluktuasi partisipasi. Fenomena ini mendorong perlunya kajian mendalam mengenai strategi komunikasi pengurus, baik secara interpersonal maupun digital, dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan keterlibatan anggota. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana bentuk komunikasi interpersonal dan digital yang diterapkan pengurus koperasi dalam meningkatkan kepercayaan dan partisipasi anggota.

Dalam beberapa tahun terakhir, lanskap keuangan dan kelembagaan kolektif di Indonesia mengalami transformasi fundamental yang didorong oleh percepatan digitalisasi. Koperasi, sebagai sokoguru perekonomian yang berbasis nilai kekeluargaan dan partisipasi, tidak luput dari gelombang transformasi ini. Fenomena munculnya koperasi digital entitas yang mengintegrasikan platform mobile, pembayaran digital, dan sistem manajemen online ke dalam operasionalnya menandai babak baru dalam sejarah gerakan koperasi. Data menunjukkan lompatan signifikan, di mana proporsi koperasi yang mengadopsi sistem digital meningkat dari sekitar 5% pada 2020 menjadi 21% pada 2024, dengan proyeksi akan melampaui 50% pada 2026. Transformasi ini menjanjikan efisiensi, aksesibilitas, dan transparansi yang lebih besar, khususnya dalam menarik generasi milenial dan Gen Z yang menginginkan layanan tanpa ribet.

Namun, di balik optimisme digitalisasi, terdapat tantangan mendasar yang menggerus fondasi koperasi: krisis kepercayaan (trust) dan partisipasi anggota yang pasif. Kepercayaan adalah modal sosial utama koperasi yang membedakannya dari lembaga keuangan komersial; tanpanya, prinsip identitas anggota dan kontrol demokratis menjadi kosong. Proses digitalisasi yang sering kali berfokus pada aspek teknis ternyata tidak serta-merta membangun atau memulihkan kepercayaan. Justru, muncul paradoks di mana interaksi manusia yang langsung dan personal—jantung dari komunikasi interpersonal tradisional koperasi—terancam tergantikan oleh transaksi digital yang impersonal. Padahal, di tengah masyarakat digital,

kepercayaan merupakan fenomena kompleks yang dipengaruhi oleh dinamika komunikasi, informasi, dan tekanan sosial, terutama dalam menghadapi situasi tidak pasti seperti yang dimodelkan dalam konteks pandemi. Riset menunjukkan bahwa penyebaran misinformasi dan kecemasan di platform digital dapat dengan cepat mengikis kepercayaan kolektif, suatu risiko yang juga mengintai koperasi digital.

### **Latar Belakang Penelitian**

#### **Fenomena Digitalisasi dan Disonansi Komunikasi di Koperasi**

Digitalisasi koperasi membawa dua wajah. Di satu sisi, ia menawarkan solusi atas keterbatasan koperasi konvensional, seperti proses simpan-pinjam yang cepat, laporan real-time, dan perluasan jangkauan layanan melalui aplikasi. Keunggulan komparatif seperti suku bunga yang lebih kompetitif dan transparansi via dashboard digital menjadi nilai jual utama. Di sisi lain, transformasi ini menciptakan disonansi komunikasi. Komunikasi digital, meski efisien, cenderung menstandarisasi interaksi dan mengurangi kedalaman hubungan sosial. Sementara itu, komunikasi interpersonal berbasis percakapan tatap muka, pertemuan anggota, dan kunjungan yang selama ini menjadi perekat solidaritas dan pemahaman bersama justru sering terabaikan.

Tantangan teknis seperti rendahnya literasi digital di kalangan pengurus dan anggota semakin memperlebar jarak ini. Akibatnya, banyak koperasi yang terjebak pada "digitalisasi yang kosong", di mana teknologi diadopsi tetapi tidak dibarengi dengan strategi komunikasi yang holistik untuk memelihara rasa saling percaya dan keterlibatan anggota. Padahal, partisipasi aktif anggota bukan hanya tentang menggunakan aplikasi, tetapi tentang keterlibatan dalam pengambilan keputusan, pengawasan, dan rasa kepemilikan bersama.

### **Gap Penelitian**

Badan penelitian terdahulu telah banyak mengkaji digitalisasi koperasi dari perspektif teknologi informasi, model bisnis, atau regulasi. Demikian pula, studi tentang komunikasi organisasi dan pembangunan kepercayaan dalam koperasi telah banyak dilakukan. Namun, terdapat kesenjangan (gap) penelitian yang kritis, yaitu:

**Integrasi Strategi Komunikasi Ganda:** Minimnya penelitian yang secara khusus menyelidiki sinergi dan konfigurasi optimal antara strategi komunikasi interpersonal (misalnya, pertemuan rutin, mentoring, komunikasi dua arah yang intensif) dan strategi komunikasi digital (misalnya, penggunaan media sosial, aplikasi khusus, notifikasi otomatis, dashboard interaktif) dalam konteks koperasi.

**Pemetaan Pengaruh terhadap Kepercayaan dan Partisipasi:** Belum ada model yang jelas yang memetakan bagaimana masing-masing strategi komunikasi tersebut— baik secara

terpisah maupun kombinasi—berpengaruh terhadap konstruksi kepercayaan multidimensi (kepercayaan pada pengurus, pada sistem, pada sesama anggota) dan pada akhirnya mendorong partisipasi bermakna (partisipasi finansial, partisipasi dalam rapat, partisipasi dalam pengawasan).

Kontekstualisasi pada Masyarakat Digital Indonesia: Penelitian yang mengaitkan dinamika kepercayaan di masyarakat digital dengan praktik komunikasi koperasi masih sangat jarang. Studi seperti model analisis kepercayaan masyarakat digital (Digital Society Trust Analysis/D.S.T.A.) yang melihat penyebaran sentimen dan pengaruh komunikasi selama krisis belum diadopsi untuk memahami fenomena di koperasi.

### **Novelty dan Kontribusi Penelitian**

Penelitian ini diusulkan untuk mengisi gap tersebut dengan menawarkan novelty (kebaruan) sebagai berikut: Pendekatan Hybrid Communication : Mengembangkan dan menguji kerangka kerja strategi komunikasi hybrid yang mengintegrasikan elemen interpersonal dan digital secara sinergis, bukan sebagai domain yang terpisah.

Penerapan Model Dinamika Sosial Digital: Mengadopsi dan mengadaptasi konsep dari model analisis masyarakat digital, seperti model Schelling (untuk memahami pengelompokan dan segregasi informasi di antara anggota) dan model Granovetter (untuk menganalisis perilaku kolektif dan ambang batas partisipasi) . Pendekatan ini memungkinkan analisis yang lebih dinamis terhadap bagaimana aliran informasi dan kepercayaan menyebar dalam jaringan anggota koperasi.

Analisis Data Real-Time dan Sentimen: Mengusulkan metodologi yang menggabungkan survei tradisional dengan analisis sentimen dari interaksi anggota di platform digital koperasi (jika tersedia) atau media sosial terkait. Ini sejalan dengan kebutuhan untuk menangkap "nadi masyarakat" dalam bahasa dan konteks lokal , guna mengukur kepercayaan dan kepuasan secara lebih otentik dan real-time.

Rekomendasi Strategis yang Kontekstual: Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoretis pada literasi komunikasi organisasi dan studi koperasi, tetapi juga menghasilkan rekomendasi praktis berbasis bukti bagi pengurus dan regulator koperasi. Rekomendasi ini akan membantu merancang pola komunikasi yang tidak hanya meningkatkan adopsi teknologi tetapi, yang lebih penting, memperkuat fondasi sosial koperasi berupa kepercayaan dan partisipasi aktif seluruh anggotanya di era digital.

Dengan demikian, penelitian ini berangkat dari fenomena transformasi digital koperasi Indonesia, berupaya menjembatani gap antara komunikasi manusiawi dan teknologi, serta menawarkan pendekatan baru dengan meramu wawasan dari sosiologi digital komputasional dan realitas empiris perkembangan koperasi digital . Tujuannya adalah untuk merumuskan

strategi komunikasi yang menjadikan digitalisasi sebagai alat penguat, bukan pengganti, dari nilai-nilai kolektivitas dan kepercayaan yang menjadi jiwa koperasi.

## KAJIAN TEORI

### **Teori Komunikasi Interpersonal**

Menurut Devito (2019), komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan antara dua orang atau lebih yang saling memengaruhi, dengan tujuan membangun makna bersama dan memperkuat hubungan sosial.

### **Komunikasi Digital**

Rogers (2003) menyebutkan bahwa inovasi komunikasi digital memungkinkan terjadinya pertukaran informasi yang lebih cepat dan luas, namun tetap membutuhkan kepercayaan dan interaksi sosial agar pesan bermakna.

### **Kepercayaan dan Partisipasi Anggota**

Kepercayaan merupakan modal sosial utama dalam organisasi koperasi (Putnam, 2000). Tingkat kepercayaan anggota berpengaruh langsung terhadap partisipasi aktif mereka dalam kegiatan ekonomi dan sosial koperasi.

### **Digitalisasi Koperasi: Konteks dan Tantangan Komunikasi**

Transformasi digital bukan lagi pilihan, melainkan keharusan strategis bagi koperasi di Indonesia. Dengan kontribusi terhadap PDB yang terus meningkat (5.4% pada 2024) dan potensi ekonomi digital yang besar, digitalisasi dipandang sebagai jalan untuk meningkatkan efisiensi, transparansi, dan daya saing koperasi. Namun, transisi ini menghadirkan tantangan komunikasi yang kompleks. Kesenjangan infrastruktur teknologi dan literasi digital yang tidak merata di kalangan pengelola dan anggota menjadi penghalang utama dalam mengadopsi alat komunikasi digital yang efektif. Fenomena ini menciptakan situasi di mana koperasi berisiko hanya melakukan digitalisasi yang bersifat permukaan (digitalisasi kosong), tanpa membangun strategi komunikasi yang holistik untuk memelihara hubungan sosial-emosional yang menjadi fondasi kepercayaan.

Studi kasus pada Koperasi Wanita Pengembang Sumberdaya (KWPS) Nurhikmah menunjukkan bahwa meskipun media digital seperti WhatsApp digunakan untuk efisiensi penyampaian informasi, pertemuan rutin tatap muka dan kegiatan kelompok tetap menjadi tulang punggung dalam membangun kedekatan emosional dan partisipasi aktif. Temuan ini menggarisbawahi bahwa dalam konteks koperasi yang berlandaskan nilai kekeluargaan, digitalisasi harus dipandang sebagai komplemen, bukan pengganti, dari interaksi interpersonal.

### **Kepercayaan (Trust) dalam Komunikasi Organisasi: Dimensi Afektif dan Kognitif**

Kepercayaan merupakan konstruk multidimensi yang menjadi katalis utama bagi partisipasi dan kinerja kolektif. McAllister (1995) membedakan dua fondasi kepercayaan yang

sangat relevan dalam konteks koperasi: kepercayaan berbasis afeksi (affect-based trust) dan kepercayaan berbasis kognisi (cognition-based trust).

Kepercayaan Afektif dibangun melalui ikatan emosional, perhatian terhadap kesejahteraan anggota, dan interaksi personal yang positif. Jenis kepercayaan ini mendorong perilaku saling membantu dan kesetiaan. Dalam koperasi, kepercayaan afektif sangat dipupuk melalui komunikasi interpersonal langsung, yang memungkinkan pertukaran isyarat nonverbal dan pembangunan empati.

Kepercayaan Kognitif didasarkan pada penilaian terhadap kompetensi, keandalan, dan profesionalisme pihak lain. Kepercayaan ini dapat dibangun dan diperkuat melalui komunikasi digital yang transparan, seperti penyajian laporan keuangan real-time, dashboard anggota yang akurat, dan responsivitas dalam layanan melalui aplikasi.

Penelitian pada tim modern menunjukkan bahwa komunikasi virtual yang tinggi (high virtuality) cenderung memperlambat pembentukan kepercayaan dan meningkatkan potensi konflik, baik terkait tugas (task conflict) maupun hubungan (relationship conflict). Ini terjadi karena ketiadaan interaksi spontan dan isyarat nonverbal membuat niat dan emosi lebih mudah disalahartikan. Oleh karena itu, bagi koperasi yang mengadopsi teknologi, integrasi dengan interaksi tatap muka menjadi krusial untuk memitigasi risiko ini.

### **Strategi Komunikasi Hybrid: Mensinergikan Pendekatan Interpersonal dan Digital**

Berdasarkan teori dan temuan empiris, strategi komunikasi yang efektif bagi koperasi di era digital adalah strategi hybrid yang secara sadar menggabungkan dan mensinergikan kedua saluran. Strategi Komunikasi Interpersonal berperan sentral dalam membangun kepercayaan afektif dan mendorong partisipasi yang mendalam:

- a. Pertemuan Rutin dan Dialog Dua Arah: Rapat anggota berkala tidak hanya menjadi forum pertanggungjawaban, tetapi juga ruang untuk mendengarkan aspirasi, menyelesaikan masalah bersama, dan memperkuat identitas kolektif.
- b. Kepemimpinan yang Terbuka dan Empatik: Keterlibatan pengurus yang langsung dan bersifat mendengar (listening leadership) menciptakan rasa aman psikologis (psychological safety), yang menjadi prasyarat bagi anggota untuk berpartisipasi secara aktif dan kritis.
- c. Kegiatan Kelompok dan Pelatihan Offline: Aktivitas yang melibatkan interaksi sosial langsung memperkuat jaringan dan kohesi sosial di antara anggota.

Strategi Komunikasi Digital berfungsi untuk memperkuat kepercayaan kognitif, meningkatkan efisiensi, dan menjangkau anggota yang lebih luas :

- a. Transparansi melalui Platform Digital: Memublikasikan informasi usaha, laporan keuangan, dan keputusan pengurus secara digital membangun akuntabilitas dan keandalan (cognition-based trust).

- b. Komunikasi yang Responsif dan Terjadwal: Penggunaan grup WhatsApp atau aplikasi khusus untuk penyampaian informasi cepat, diikuti dengan respons yang tepat waktu, menunjukkan komitmen dan profesionalisme pengelolaan.
- c. Pemanfaatan Super-app Koperasi: Pengembangan platform terintegrasi yang memudahkan transaksi, konsultasi, dan akses informasi merupakan bentuk nyata dari komitmen terhadap peningkatan layanan dan efisiensi.

## METODE PENELITIAN

### Paradigma dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan pendekatan kualitatif. Paradigma ini dipilih karena berupaya memahami secara mendalam makna (meaning) dan pengalaman subjektif dari pengurus dan anggota koperasi terkait strategi komunikasi, kepercayaan, dan partisipasi. Penelitian tidak bertujuan menggeneralisasi, tetapi untuk mendapatkan pemahaman yang kontekstual dan holistik.

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi kasus intrinsik tunggal. Studi kasus memungkinkan peneliti menyelidiki fenomena kontemporer (strategi komunikasi hybrid) dalam konteks kehidupan nyata yang mendalam dan detail. Penelitian ini dikategorikan intrinsik karena bertujuan memahami secara mendalam kasus spesifik dari satu koperasi yang dianggap memiliki praktik komunikasi interpersonal dan digital yang terintegrasi.

### Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian akan dilakukan di Koperasi "X" (nama disamarkan untuk etika) di Jawa Barat, yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria :

1. Telah aktif mengombinasikan komunikasi tatap muka (rapat, kunjungan) dengan platform digital (aplikasi khusus, WhatsApp, media sosial) minimal selama 2 tahun.
2. Memiliki jumlah anggota yang signifikan dan beragam dari segi demografi.
3. Menunjukkan dinamika partisipasi anggota yang bervariasi.

Subjek penelitian (informan) dipilih dengan teknik purposive sampling dan dikembangkan dengan snowball sampling. Informan kunci meliputi :

- Pengurus Inti (Ketua, Manajer, Sekretaris): 3-4 orang.
- Anggota Aktif (rutin dalam rapat dan transaksi digital): 4-5 orang.
- Anggota Pasif (minim partisipasi): 3-4 orang.
- Pengelola Media Digital koperasi: 1-2 orang.

Pemilihan akan berlanjut hingga mencapai titik kejenuhan data, dimana informasi baru yang diperoleh sudah berulang dan tidak lagi mengembangkan tema.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi untuk meningkatkan kredibilitas temuan.

1. Wawancara Mendalam Semi-Terstruktur: Teknik utama. Pedoman wawancara berisi pertanyaan terbuka yang dirancang berdasarkan konsep inti penelitian (komunikasi, kepercayaan, partisipasi). Contoh pertanyaan: "Dapatkah Bapak/Ibu ceritakan pengalaman ketika informasi penting disampaikan hanya melalui WhatsApp? Bagaimana perasaan dan tanggapan Bapak/Ibu?" Wawancara direkam dan dicatat transkripnya.
2. Observasi Partisipan Pasif: Peneliti mengamati interaksi dalam setting alami tanpa terlibat langsung. Fokus observasi meliputi:
  - Dinamika dan pola komunikasi dalam Rapat Anggota Tahunan (RAT) atau pertemuan rutin.
  - Pola interaksi dalam grup komunikasi digital (WhatsApp/Telegram) koperasi. Aktivitas di counter/layanan tatap muka.
3. Studi Dokumen dan Arsip Digital: Menganalisis konten untuk melengkapi data. Dokumen meliputi:
  - Artefak Digital: Chat grup, posting media sosial, newsletter elektronik, konten aplikasi.
  - Dokumen Organisasi: Notulen rapat, AD/ART, laporan tahunan, modul pelatihan.

### **Teknik Analisis Data**

Data dianalisis secara interaktif dan berkelanjutan selama proses pengumpulan menggunakan model analisis tematik (Thematic Analysis) dari Braun & Clarke (2006) dan teknik analisis interaktif Miles, Huberman, & Saldana (2014). Prosesnya meliputi :

1. Pengumpulan dan Persiapan Data: Transkripsi wawancara, fieldnotes observasi, dan pengorganisasian dokumen.
2. Reduksi Data (Data Reduction): Membaca berulang, menandai (coding) data mentah untuk mengidentifikasi kode awal. Kode menggambarkan potongan data yang menarik (misal : "kode:hambatan\_digital\_lansia", "kode:kepercayaan\_rapat\_tatap\_muka").
3. Penyajian Data (Data Display): Menyusun kode-kode ke dalam matriks, bagan, atau jaringan tema untuk melihat hubungan dan pola.
4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification): Mengelompokkan kode menjadi tema-tema utama yang lebih luas. Tema-tema kemudian diuji validitasnya melalui diskusi teman sejawat (peer debriefing) dan member check (melaporkan temuan sementara kepada beberapa informan untuk konfirmasi).

### **Pemeriksaan Kredibilitas dan Keabsahan Data**

Untuk memastikan keabsahan temuan kualitatif, digunakan strategi Lincoln & Guba (1985):

- a. Triangulasi: Menggunakan berbagai sumber data (informan berbeda), metode (wawancara, observasi, dokumen), dan peneliti (diskusi dengan pembimbing).
- b. Member Check: Mengonfirmasi interpretasi dan temuan sementara kepada informan untuk memastikan akurasi.
- c. Peer Debriefing: Mendiskusikan proses dan temuan dengan rekan atau ahli yang tidak terlibat untuk mendapatkan perspektif kritis.
- d. Keterlibatan Mendalam (Prolonged Engagement): Peneliti akan terlibat di lapangan dalam waktu yang cukup untuk membangun kepercayaan dan memahami konteks budaya koperasi.
- e. Audit Trail: Mendokumentasikan secara rinci seluruh proses pengambilan keputusan selama penelitian, dari pengumpulan hingga analisis data.

### **Etika Penelitian**

Penelitian ini mematuhi prinsip-prinsip etika:

1. Informed Consent: Setiap informan akan diberikan lembar persetujuan yang menjelaskan tujuan, manfaat, dan kerahasiaan penelitian.
2. Kerahasiaan dan Anonimitas: Identitas informan dan lokasi koperasi akan disamarkan menggunakan kode atau nama alias dalam laporan.
3. Prinsip Manfaat dan Non-Maleficence: Penelitian dirancang untuk memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dan praktik, serta menghindari potensi risiko atau kerugian bagi subjek.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Komunikasi Interpersonal Pengurus dan Anggota**

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengurus menggunakan pendekatan personal untuk menjaga kedekatan emosional dengan anggota. Ketua Koperasi menyatakan, “Kami lebih sering berbicara santai di warung atau saat kegiatan arisan dibanding hanya mengandalkan rapat resmi.” Pendekatan ini membangun rasa kepercayaan dan membuat anggota merasa dihargai.

### **Pemanfaatan Media Digital**

Sekretaris koperasi menuturkan bahwa grup WhatsApp menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi keuangan, pengumuman, dan jadwal kegiatan. Namun, tantangan muncul dalam menjaga etika komunikasi digital agar tidak terjadi miskomunikasi.

### **Dampak terhadap Kepercayaan dan Partisipasi Anggota**

Anggota aktif menyampaikan, “Saya jadi lebih paham kondisi koperasi dan merasa dekat dengan pengurus sejak aktif di grup WA.” Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi

komunikasi tatap muka dan digital dapat meningkatkan transparansi, memperkuat kepercayaan, dan mendorong partisipasi anggota secara signifikan.

Analisis dengan teori interaksi simbolik menunjukkan bahwa makna kebersamaan dalam koperasi terbentuk melalui simbol-simbol komunikasi sehari-hari, baik secara verbal maupun digital. Dengan demikian, komunikasi menjadi sarana penting dalam membangun identitas kolektif koperasi.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan studi dokumen pada Koperasi "X" di Jawa Barat, penelitian ini menghasilkan temuan mendalam terkait praktik, persepsi, dan dampak dari strategi komunikasi hybrid.

### **Profil Responden dan Konteks Koperasi**

Koperasi "X" merupakan Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah yang telah beroperasi selama 15 tahun dengan jumlah anggota aktif sekitar 1.250 orang. Komposisi anggota bervariasi dari usia produktif (25-40 tahun) yang melek digital hingga anggota senior (di atas 50 tahun) yang lebih mengandalkan interaksi tatap muka. Koperasi telah mengadopsi platform digital berupa aplikasi mobile untuk transaksi simpan-pinjam, grup WhatsApp resmi untuk pengumuman, dan media sosial untuk publikasi. Namun, pertemuan rutin bulanan di lingkup cabang dan Rapat Anggota Tahunan (RAT) tetap menjadi agenda wajib.

### **Strategi Komunikasi Interpersonal: Fondasi Kepercayaan Afektif**

Temuan mengonfirmasi bahwa komunikasi interpersonal langsung masih dipandang sebagai tulang punggung pembangunan hubungan dan kepercayaan (affect-based trust).

- Pertemuan Tatap Muka sebagai Ritual Pemersatu: Seluruh informan, tanpa terkecuali, menyatakan bahwa kehadiran dalam rapat rutin dan RAT memberikan rasa "diperhitungkan" dan "menjadi bagian dari keluarga". Pengurus secara sengaja mendesain sesi tanya jawab yang panjang dan acara ramah tamah setelah rapat formal untuk mendorong dialog informal. Seorang anggota senior menyatakan, "Saya percaya karena saya kenal baik Pak Ketua dan Bendahara. Saya lihat sendiri usaha dan kejujuran mereka setiap ketemu, bukan cuma lewat chat."
- Peran Pengurus yang Proaktif dan Empatik: Pendekatan personal oleh pengurus, seperti kunjungan ke rumah anggota yang sedang mengalami kesulitan atau telepon langsung untuk menanyakan kabar, dinilai sangat berpengaruh. Tindakan ini membangun kepercayaan yang melampaui hubungan transaksional, menciptakan ikatan emosional yang kuat. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa komunikasi interpersonal yang efektif secara signifikan memengaruhi partisipasi anggota.
- Penyampaian Informasi Kompleks: Untuk masalah sensitif seperti perubahan kebijakan pinjaman atau penjelasan kerugian, komunikasi tatap muka adalah pilihan tunggal. Anggota

merasa penjelasan lisan disertai bahasa tubuh dan intonasi yang tepat lebih dapat dipercaya dan mudah dipahami dibandingkan notifikasi digital.

### **Strategi Komunikasi Digital: Penguat Kepercayaan Kognitif dan Efisiensi**

Komunikasi digital berperan dalam membangun kepercayaan berbasis kompetensi (cognition-based trust) melalui transparansi dan keandalan layanan.

- **Transparansi Real-time melalui Aplikasi:** Fitur utama aplikasi mobile koperasi yang paling diapresiasi adalah akses riwayat transaksi dan saldo real-time. Seorang anggota muda menyebutkan, "Saya jadi yakin karena semua transaksi tercatat rapi dan bisa dicek kapan saja. Tidak ada rasa takut data saya diubah-ubah." Transparansi ini langsung membangun persepsi kompetensi dan keandalan sistem.
- **Efisiensi dan Jangkauan Informasi Rutin:** Grup WhatsApp digunakan secara efektif untuk pengumuman administratif, jadwal rapat, dan informasi promo. Hal ini meningkatkan partisipasi dengan memudahkan akses informasi dan mengingatkan anggota. Temuan bahwa "sebaran" informasi berpengaruh terhadap minat anggota terbukti, di mana informasi yang tersebar luas dan merata via digital meningkatkan keterlibatan.
- **Kesenjangan Generasi dan Literasi:** Tantangan utama teridentifikasi pada anggota lansia. Meski ada pelatihan, ketergantungan pada anak atau kerabat untuk akses digital masih tinggi. Hal ini berpotensi menciptakan kesenjangan partisipasi jika tidak diimbangi dengan komunikasi interpersonal khusus.

### **Sinergi Komunikasi Hybrid dan Dampaknya pada Kepercayaan dan Partisipasi**

Temuan kunci penelitian ini adalah pengakuan akan saling ketergantungan antara kedua saluran komunikasi.

- **Model "Digital Announcement, Face-to-Face Confirmation":** Pola yang sering muncul adalah pengumuman awal melalui WhatsApp, diikuti dengan penjelasan mendalam dan pengambilan keputusan final dalam rapat tatap muka. Proses ini memastikan jangkauan informasi yang luas sekaligus kedalaman pemahaman dan legitimasi yang kuat.
- **Kepercayaan sebagai Mediator Kunci:** Data menunjukkan bahwa kepercayaan yang terbentuk dari interaksi personal (kejujuran, empati) memperkuat penerimaan anggota terhadap sistem digital. Sebaliknya, keandalan sistem digital (akurat, cepat) memperkuat persepsi anggota terhadap kompetensi pengurus. Dinamika ini memperkuat teori bahwa kepercayaan memediasi hubungan antara komunikasi dan perilaku partisipatif.
- **Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Partisipasi:** Sinergi ini berdampak pada: (1) **Partisipasi Finansial:** Kemudahan transaksi digital meningkatkan frekuensi transaksi, sementara rasa percaya dari hubungan personal mendorong nilai transaksi yang lebih besar. (2) **Partisipasi Pengambilan Keputusan:** Anggota yang terinformasi dengan baik via digital datang ke rapat

dengan persiapan lebih baik, sehingga kualitas diskusi meningkat. (3) Partisipasi Afektif: Rasa memiliki (sense of belonging) yang dipupuk secara offline diperkuat oleh jaringan komunikasi online yang terus aktif di luar jam rapat.

## **Pembahasan**

### **Memperkuat Teori Komunikasi dan Kepercayaan dalam Konteks Koperasi**

Temuan penelitian ini memberikan konfirmasi dan perluasan terhadap beberapa teori yang mendasari.

Pertama, hasil penelitian memperkuat Teori Pertukaran Sosial. Anggota koperasi memberikan partisipasi finansial dan non-finansial sebagai "imbalan" atas kepercayaan yang mereka terima, yang dibangun melalui komunikasi yang berkualitas baik interpersonal maupun digital. Koperasi yang berhasil menciptakan siklus komunikasi-kepercayaan-partisipasi ini membangun modal sosial yang berkelanjutan.

Kedua, penelitian ini memperjelas konsep kepercayaan multidimensi. Kepercayaan afektif (berbasis hati) dibangun terutama melalui saluran interpersonal, sementara kepercayaan kognitif (berbasis pikiran) dipupuk melalui saluran digital yang transparan dan andal. Dalam konteks koperasi, kedua dimensi ini tidak berdiri sendiri; kepercayaan afektif yang kuat membuat anggota lebih mudah menerima dan mempercayai sistem digital, sebaliknya, sistem digital yang baik memperkuat persepsi positif terhadap pengurus. Temuan bahwa kepercayaan menjadi mediator kuat antara komunikasi dan partisipasi sangat relevan di sini.

### **Strategi Hybrid: Menjawab Tantangan Digitalisasi yang Inklusif**

Temuan tentang kesenjangan generasi dalam pemanfaatan digital menyiratkan bahwa digitalisasi dalam koperasi harus inklusif. Kesuksesan Koperasi "X" terletak pada kebijakannya untuk tidak mengganti, tetapi melengkapi saluran komunikasi tradisional. Pendekatan ini selaras dengan studi di sektor publik yang menunjukkan bahwa transformasi digital meningkatkan kepercayaan dan partisipasi, namun dampaknya berbeda-beda di tiap daerah dan kelompok masyarakat. Koperasi, dengan basis anggota yang heterogen, harus mengadopsi filosofi yang sama: menggunakan digital untuk efisiensi dan transparansi, tetapi mempertahankan interaksi manusiawi untuk inklusi dan pembangunan hubungan mendalam.

### **Implikasi Manajerial bagi Pengurus Koperasi**

Berdasarkan temuan, ada beberapa implikasi praktis:

1. **Desain Komunikasi yang Disengaja:** Pengurus harus secara sadar mendesain alur komunikasi yang memadukan kedua saluran. Misalnya, menggunakan digital untuk broadcasting informasi dasar dan interpersonal untuk konsultasi, pengaduan, dan pengambilan keputusan strategis.

2. Investasi pada Literasi Digital Anggota: Pelatihan berkelanjutan untuk anggota, terutama yang kurang melek digital, adalah investasi penting untuk mengurangi kesenjangan dan memastikan manfaat digital dirasakan semua pihak.
3. Mempertahankan Ruang Interaksi Sosial: Penting untuk melindungi dan mengalokasikan sumber daya bagi aktivitas tatap muka, karena ini adalah jantung dari identitas koperasi sebagai perkumpulan berasas kekeluargaan.

### **Penelitian dan Saran untuk Penelitian Mendatang**

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, studi kasus pada satu koperasi membatasi generalisasi temuan. Kedua, penelitian ini lebih menangkap persepsi dan pengalaman subjektif daripada mengukur dampak kuantitatif secara ketat. Untuk penelitian mendatang, disarankan: (1) Melakukan studi komparatif pada beberapa koperasi dengan tingkat digitalisasi yang berbeda. (2) Mengembangkan penelitian kuantitatif untuk mengukur sejauh mana masing-masing saluran komunikasi berkontribusi pada peningkatan kepercayaan dan partisipasi, mungkin dengan mengadaptasi instrumen dari studi serupa di konteks lain. (3) Menyelidiki lebih dalam model bisnis koperasi digital (fintech cooperative) untuk melihat apakah prinsip komunikasi hybrid yang sama tetap berlaku.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi hybrid yakni integrasi sinergis antara komunikasi interpersonal yang hangat dan empatik dengan komunikasi digital yang transparan dan efisien—merupakan model yang paling efektif untuk meningkatkan kepercayaan dan partisipasi anggota koperasi di era digital. Komunikasi interpersonal tetap merupakan fondasi yang tidak tergantikan untuk membangun kepercayaan afektif dan identitas kolektif, sementara komunikasi digital berperan sebagai penguat kepercayaan kognitif dan pemercepat partisipasi. Kepercayaan yang dihasilkan dari kombinasi ini berfungsi sebagai mediasi kunci yang mengubah komunikasi menjadi partisipasi yang bermakna. Oleh karena itu, masa depan koperasi tidak terletak pada pilihan dikotomis antara tradisi dan teknologi, tetapi pada kemampuan kepemimpinan koperasi untuk merajut keduanya menjadi strategi komunikasi yang inklusif, manusiawi, dan adaptif.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang berbasis empati dan komunikasi digital yang transparan berperan penting dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan partisipasi anggota di dalam usaha Koperasi. Kombinasi keduanya menciptakan sistem komunikasi dua arah yang efektif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

Saran

Pengurus perlu mengembangkan pelatihan komunikasi persuasif dan literasi digital bagi anggota agar komunikasi koperasi semakin terbuka, efisien, dan berorientasi pada kepercayaan bersama.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, C., Ritonga, D.H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). *Komunikasi Interpersonal*. Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE), 1(3), 337-342
- Farida, S.I., Iqbal, M., & Kurniasih, A. (2016). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Organisasi terhadap Motivasi Kerja serta Implikasinya pada Kepuasan Kerja*. Jurnal Kependidikan: Penelitian Inovasi Pembelajaran, 46(1).
- Istighfarin, A., Istikhomah, F., & Pratama, A.D. (2024). *Penggunaan Media Digital dalam Komunikasi Organisasi pada Kepanduan: Peluang dan Jikaangan*. Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta, 4(1), 98-105
- Devito, J. A. (2019). *The Interpersonal Communication Book*. Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Sage Publications.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. Free Press.
- Sari, M. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Efektivitas Komunikasi Interpersonal Terhadap Partisipasi Anggota Koperasi Pegawai Kantor Kementerian Agama Jakarta Selatan*. Skripsi, Universitas Negeri Jakarta.
- Yusnita, N. (2023). *The Role of Interpersonal Communication and Trust as Antecedents of Organizational Citizenship Behavior (OCB)*. Jurnal Maksipreneur, 13(2). [<https://doi.org/10.30588/jmp.v13i2.1679>](<https://doi.org/10.30588/jmp.v13i2.1679>)
- Pradana, A. C., & Prasetyo, H. (2024). *Pengaruh Komunikasi Lisan terhadap Minat Anggota Koperasi Karyawan PT Sari Husada Mengajukan Kredit di Koperasi Simpan Pinjam Koperkasa*. Journal Competency of Business, 8(1), 138–154. [<https://doi.org/10.47200/jcob.v8i01.2524>](<https://doi.org/10.47200/jcob.v8i01.2524>)
- Ramadhani, dkk. (2025). *Impact of Government Digital Transformation on Citizen Trust and Participation: Evidence from Gowa Regency, Indonesia*. *Frontiers in Human Dynamics*. [<https://doi.org/10.3389/fhumd.2025.1700582>](<https://doi.org/10.3389/fhumd.2025.1700582>)