



Pengaruh Media Sosial terhadap Pembentukan Citra Koperasi Modern di Kalangan Generasi Muda

Dwi Aprilia^{1*}, Dini Selasi²

¹⁻²Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon, Indonesia

Email: Aprilia5131@gmail.com^{1*}, diniselasi1980@gmail.com²

*Penulis Korespondensi: Aprilia5131@gmail.com

Abstrack. *The rapid advancement of information and communication technology has made social media one of the most widely used platforms among young people for accessing information and interacting with others. This phenomenon provides an opportunity for cooperatives to utilize social media as a tool for building a more modern image that aligns with the needs of society in the digital era. This study aims to examine the influence of social media on the formation of a modern cooperative image among the younger generation and to identify its role as a medium for promotion, information dissemination, education, and communication. The study employs a qualitative approach using a library research method. Data were collected from various literature sources, including scientific journals, books, articles, and previous studies related to the research topic. The findings reveal that social media contributes to improving young people's knowledge, interest, and positive perceptions of cooperatives. The delivery of information through engaging and interactive content helps expand outreach and strengthen the image of cooperatives as innovative, professional, and technology-oriented institutions. Therefore, optimizing the use of social media can serve as an important strategy to enhance the attractiveness of cooperatives and encourage greater youth involvement in cooperative development in the future.*

Keywords: *Cooperative Image; Digital Transformation; Modern Cooperatives; Social Media; Youth Generation.*

Abstrak. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong media sosial menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh generasi muda dalam memperoleh informasi dan berinteraksi. Fenomena ini memberikan peluang bagi koperasi untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam membangun citra yang lebih modern dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh media sosial terhadap pembentukan citra koperasi modern di kalangan generasi muda serta mengidentifikasi peran media sosial sebagai media promosi, informasi, edukasi, dan komunikasi. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan library research (studi kepustakaan). Data diperoleh dari berbagai sumber literatur, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi dalam meningkatkan pengetahuan, minat, dan persepsi positif generasi muda terhadap koperasi. Penyampaian informasi melalui konten yang menarik dan interaktif mampu memperluas jangkauan informasi serta memperkuat citra koperasi sebagai lembaga yang inovatif, profesional, dan responsif terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, optimalisasi penggunaan media sosial dapat menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya tarik koperasi serta mendorong keterlibatan generasi muda dalam pengembangan koperasi di masa mendatang.

Kata Kunci: Citra Koperasi; Generasi Muda; Koperasi Modern; Media Sosial; Transformasi Digital.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai sarana utama dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi, terutama bagi generasi muda. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki pengaruh besar dalam membentuk persepsi dan penilaian masyarakat terhadap suatu organisasi atau lembaga. Kondisi ini membuka peluang bagi berbagai sektor, termasuk koperasi, untuk memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, edukasi, dan komunikasi yang lebih efektif. Menurut (Fitriani et al., 2025; Didi et al., 2026; Sianturi et al., 2022), koperasi ini berupaya memberikan pelayanan terbaik, mulai dari simpan pinjam, penyediaan kebutuhan pokok, hingga mendukung usaha-usaha produktif

berbasis potensi lokal. Dengan demikian, koperasi menjadi pusat perputaran ekonomi desa yang sehat dan bermanfaat

Sebagai salah satu pilar perekonomian nasional, koperasi masih menghadapi tantangan dalam menarik minat generasi muda karena sering dianggap kurang modern dan kurang relevan dengan perkembangan zaman. Menurut penelitian (Aktif et al., 2025), generasi muda merupakan aset penting bagi keberlanjutan dan inovasi koperasi. Sayangnya, masih banyak di antara mereka yang belum memahami manfaat dan potensi koperasi sebagai wadah pengembangan diri, ekonomi, dan sosial. Kurangnya edukasi dan motivasi menjadi faktor utama rendahnya kesadaran dan peran aktif generasi muda dalam koperasi. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dapat menjadi strategi untuk membangun citra koperasi yang lebih modern, inovatif, dan menarik.

Menurut (No Title, 2025), dalam konteks ekonomi kerakyatan Indonesia, koperasi memiliki posisi strategis sebagai wadah partisipatif masyarakat dalam kegiatan ekonomi yang menjunjung tinggi asas kekeluargaan dan kebersamaan. Koperasi bukan hanya lembaga ekonomi alternatif, tetapi juga representasi dari sistem ekonomi yang adil dan berkelanjutan. Prinsip-prinsip koperasi seperti keanggotaan sukarela, pengelolaan demokratis, dan pembagian sisa hasil usaha secara adil menempatkan koperasi sebagai instrumen penting dalam mewujudkan kemandirian ekonomi rakyat.

Menurut penelitian (Dan & Kreatif, 2025), untuk memahami dinamika penerimaan teknologi digital pada koperasi syariah, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi kerangka konseptual yang relevan. Model ini menjelaskan bahwa penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi manfaat (*perceived usefulness*), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*), serta faktor kepercayaan dan kesesuaian nilai-nilai syariah. Semakin tinggi kepercayaan terhadap keamanan teknologi, semakin besar pula tingkat penerimaannya di kalangan pelaku koperasi dan UMKM (Ernawati et al., 2026).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial memengaruhi pembentukan citra koperasi modern di kalangan generasi muda. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji peran media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, promosi, dan edukasi yang dapat meningkatkan pemahaman serta minat generasi muda terhadap koperasi. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai efektivitas pemanfaatan media sosial dalam membangun citra koperasi yang lebih inovatif, menarik, dan mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi serta kebutuhan generasi muda saat ini.

2. KAJIAN TEORITIS

Media sosial adalah sarana komunikasi digital yang memungkinkan individu maupun kelompok untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun jaringan melalui internet. Seiring perkembangan teknologi, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat karena mampu menyebarkan informasi secara cepat dan menjangkau berbagai kalangan. Selain digunakan untuk kebutuhan komunikasi, media sosial juga dimanfaatkan oleh berbagai organisasi sebagai media promosi, edukasi, dan penyampaian informasi kepada publik. Kemudahan akses dan tingginya tingkat penggunaan media sosial, khususnya di kalangan generasi muda, menjadikannya sebagai alat yang efektif dalam membentuk opini dan persepsi masyarakat (Mozin *et al.*, 2026; Azkiya & Nurmiati, 2026).

Citra organisasi merupakan gambaran atau penilaian yang dimiliki masyarakat terhadap suatu lembaga berdasarkan informasi yang diterima dan pengalaman yang dirasakan. Citra yang baik dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta mendorong partisipasi yang lebih besar terhadap organisasi tersebut. Dalam konteks koperasi, pembentukan citra yang positif menjadi hal yang penting untuk menghilangkan anggapan bahwa koperasi merupakan lembaga yang kuno dan kurang menarik. Sebaliknya, koperasi perlu menampilkan dirinya sebagai lembaga yang modern, inovatif, dan mampu mengikuti perkembangan zaman agar dapat diterima oleh generasi muda.

Koperasi modern merupakan bentuk pengembangan koperasi yang menerapkan teknologi dan sistem pengelolaan yang lebih profesional dalam menjalankan aktivitasnya. Pemanfaatan teknologi digital, termasuk media sosial, menjadi salah satu upaya koperasi untuk meningkatkan kualitas layanan serta memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat. Melalui media sosial, koperasi dapat memperkenalkan berbagai program, kegiatan, dan manfaat yang ditawarkan sehingga mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai peran koperasi dalam perekonomian. Kehadiran koperasi modern menunjukkan bahwa koperasi dapat beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan kebutuhan masyarakat di era digital.

Generasi muda merupakan kelompok yang sangat akrab dengan teknologi dan internet dalam kehidupan sehari-hari. Sebagian besar aktivitas mereka, mulai dari mencari informasi hingga berkomunikasi, dilakukan melalui media digital. Kondisi ini menjadikan media sosial sebagai saluran yang strategis untuk menjangkau generasi muda. Informasi yang disampaikan melalui media sosial memiliki potensi besar untuk memengaruhi cara pandang, sikap, dan minat generasi muda terhadap suatu organisasi, termasuk koperasi. Oleh karena itu,

penggunaan media sosial yang tepat dapat membantu meningkatkan ketertarikan generasi muda terhadap koperasi.

Berkaitan dengan hal tersebut, media sosial memiliki peranan yang penting dalam membentuk citra koperasi modern di kalangan generasi muda. Penyampaian informasi yang menarik, edukatif, dan mudah dipahami dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai koperasi sekaligus menciptakan persepsi yang lebih positif. Selain itu, penggunaan media sosial yang aktif dan inovatif dapat menunjukkan bahwa koperasi mampu mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat saat ini. Dengan demikian, semakin optimal pemanfaatan media sosial oleh koperasi, semakin besar pula peluang terbentuknya citra koperasi yang modern, terpercaya, dan diminati oleh generasi muda.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode kajian literatur (*literature review*). Metode tersebut digunakan untuk menelaah berbagai teori, konsep, dan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh media sosial terhadap pembentukan citra koperasi modern di kalangan generasi muda. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang diteliti berdasarkan analisis berbagai sumber ilmiah yang relevan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari berbagai sumber akademik, seperti jurnal ilmiah, buku, artikel penelitian, prosiding, serta publikasi ilmiah lainnya yang membahas media sosial, koperasi modern, citra organisasi, dan generasi muda. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri berbagai referensi melalui basis data akademik, seperti Google Scholar, SINTA, dan sumber ilmiah terpercaya lainnya. Literatur yang dipilih disesuaikan dengan fokus penelitian serta memiliki tingkat relevansi dan kredibilitas yang memadai.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis isi (*content analysis*), yaitu dengan mengkaji dan menginterpretasikan informasi yang terdapat dalam berbagai sumber literatur. Data yang telah terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan peran media sosial dalam membangun citra koperasi modern. Selanjutnya, hasil kajian dianalisis secara sistematis untuk menemukan pola, hubungan, serta temuan yang dapat menjelaskan pengaruh media sosial terhadap persepsi generasi muda mengenai koperasi. Melalui metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas media sosial sebagai sarana informasi, promosi, dan edukasi dalam membentuk citra koperasi yang modern, inovatif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi

Menurut (History, 2022), media sosial bisa menyebabkan perubahan besar dalam hidup seseorang, jadi kita harus bisa menyikapi dengan cerdas agar tidak melupakan komitmen kita dalam kehidupan nyata. Selain itu, ketika menggunakan media sosial, kita harus mematuhi prinsip-prinsip etika, sebagai hiburan dan sebagai sumber faktual, untuk menjaga sikap yang baik dan positif.

Dalam konteks koperasi, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan berbagai informasi mengenai kegiatan, program, layanan, dan manfaat koperasi kepada masyarakat. Informasi tersebut dapat disajikan dalam bentuk konten yang menarik, seperti video, gambar, infografis, maupun artikel singkat yang lebih mudah dipahami oleh generasi muda. Penyajian informasi yang kreatif dan sesuai dengan perkembangan tren digital dapat meningkatkan ketertarikan masyarakat untuk mengenal koperasi lebih dalam.

Selain mampu menjangkau banyak pengguna dalam waktu singkat, media sosial juga memungkinkan koperasi untuk menyampaikan informasi secara berkelanjutan. Berbagai aktivitas koperasi, mulai dari kegiatan organisasi, pelatihan, hingga program pemberdayaan ekonomi, dapat dipublikasikan secara rutin sehingga masyarakat memperoleh informasi yang lebih lengkap dan terkini. Hal ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai keberadaan dan peran koperasi dalam mendukung pembangunan ekonomi.

Media sosial juga memberikan kesempatan bagi koperasi untuk menjalin komunikasi yang lebih interaktif dengan masyarakat. Melalui fitur komentar, pesan langsung, dan berbagai bentuk interaksi lainnya, pengguna dapat memberikan tanggapan maupun mengajukan pertanyaan terkait informasi yang disampaikan. Komunikasi yang terjalin secara aktif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat serta memperkuat hubungan antara koperasi dan generasi muda sebagai target audiens.

Di samping itu, pemanfaatan media sosial sebagai media informasi turut berkontribusi dalam mengubah pandangan masyarakat terhadap koperasi. Informasi yang menampilkan inovasi, perkembangan teknologi, dan berbagai keberhasilan koperasi dapat membantu menghilangkan anggapan bahwa koperasi merupakan lembaga yang ketinggalan zaman. Sebaliknya, koperasi dapat dipersepsikan sebagai organisasi yang modern, adaptif, dan mampu mengikuti perkembangan era digital. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana yang strategis dalam meningkatkan pemahaman masyarakat sekaligus membangun citra positif koperasi di kalangan generasi muda.

Peran Media Sosial dalam Promosi Koperasi

Menurut (Dalimunthe et al., 2025), indikator yang membentuk citra merek, meliputi identitas merek, kepribadian merek, asosiasi merek, sikap dan perilaku merek, serta manfaat dan kompetensi merek. Identitas merek mencakup elemen visual seperti logo dan desain yang konsisten, sementara kepribadian merek mengacu pada karakteristik manusia yang diterapkan pada merek untuk menciptakan hubungan emosional dengan konsumen. Asosiasi merek menciptakan hubungan mental yang positif antara konsumen dan atribut tertentu dari produk, sedangkan sikap merek mencerminkan penilaian konsumen secara keseluruhan. Manfaat dan kompetensi merek menunjukkan nilai atau keuntungan yang dirasakan konsumen saat menggunakan produk atau layanan dari merek tersebut

Hasil penelitian dari (Haryanto et al., 2023), pelatihan digital marketing dengan Aplikasi Tiktok bertujuan untuk menambah keterampilan dan kemampuan mitra agar dapat Meningkatkan penjualan produk melalui Tiktok Shop untuk meningkatkan omset penjualan. Pelatihan diberikan dengan menggunakan Aplikasi Tiktok Shop yang mudah digunakan dan mudah dipelajari oleh pemula. Dalam Pelatihan dijelaskan mengenai konsep digital marketing dan pemasaran secara online. Berikut adalah rangkaian Pelatihan yang telah dilakukan yaitu:

- a. Peserta diberikan pretest berupa pertanyaan pemantik apakah sudah mendapatkan Pelatihan mengenai Aplikasi Tiktok Shop. Dan mayoritas peserta menjawab belum pernah mendapatkan Pelatihan Tiktok Shop Sebelumnya.
- b. Tutor menjelaskan fungsi tools Tiktok Shop.
- c. Tutor dibantu tim membantu peserta untuk mengunduh dan memasang akun Tiktok Shop dalam perangkat yang dimiliki oleh peserta.
- d. Tutor memberikan contoh praktik untuk bergabung dan membuat akun Tiktok Shop.
- e. Tutor menjelaskan cara unggah produk, cara moderasi akun dan cara membuat live dalam aplikasi Tiktok Shop.
- f. Tutor memberikan kesempatan kepada peserta untuk melakukan sesi tanya jawab terkait materi yang belum dipahami.

Hasil dari penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam membangun citra koperasi modern di kalangan generasi muda melalui pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi dan komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana penggunaan media sosial dapat meningkatkan visibilitas koperasi, memperluas penyebaran informasi, serta membentuk persepsi yang positif mengenai koperasi sebagai lembaga yang inovatif, profesional, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Dengan demikian, media sosial diharapkan dapat menjadi instrumen yang efektif

dalam meningkatkan daya tarik koperasi dan mendorong partisipasi generasi muda dalam kegiatan perkoperasian.

Pembentukan Citra Koperasi Modern melalui Media Sosial

Hasil penelitian dari (Purnamawati et al., 2024), upaya-upaya yang dapat dilakukan koperasi untuk meningkatkan citra adalah dengan melakukan upaya ke dalam (internal) dan upaya ke luar (eksternal) koperasi. Untuk internal koperasi dengan melakukan (1) perubahan mindset dengan melaksanakan prinsip-prinsip dan nilai-nilai koperasi, melakukan sosialisasi dan melibatkan generasi muda, serta melaksanakan pendidikan dan pelatihan koperasi, (2) perbaikan pengelolaan dengan memiliki pengurus yang profesional, mempekerjakan manajer profesional dan mengadopsi teknologi, mengaktifkan stakeholders dan menarik anggota untuk berinvestasi jangka panjang. Untuk memperbaiki citra secara eksternal adalah dengan: (1) meningkatkan kerjasama untuk memperluas jejaring dan (2) melakukan publikasi dengan pemberitaan positif tentang koperasi dan ‘rebranding koperasi’.

Media sosial memiliki peran penting dalam membentuk citra koperasi di era digital. Saat ini, persepsi masyarakat terhadap suatu organisasi tidak hanya dipengaruhi oleh kinerja dan layanan yang diberikan, tetapi juga oleh informasi yang disampaikan melalui platform digital. Bagi generasi muda yang aktif menggunakan media sosial, berbagai konten yang diunggah oleh koperasi dapat menjadi sumber informasi utama dalam membentuk pandangan mereka. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi strategi yang efektif untuk memperkenalkan koperasi sebagai organisasi yang mampu mengikuti perkembangan zaman.

Pembentukan citra koperasi modern dapat dilakukan melalui penyajian konten yang menunjukkan berbagai inovasi, aktivitas, dan layanan berbasis teknologi yang dimiliki koperasi. Informasi mengenai program pemberdayaan anggota, kegiatan kewirausahaan, layanan digital, maupun keberhasilan koperasi dapat memberikan kesan bahwa koperasi merupakan lembaga yang dinamis dan adaptif terhadap perubahan. Selain itu, penyampaian informasi secara konsisten dan transparan melalui media sosial dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat serta memperkuat reputasi koperasi sebagai organisasi yang profesional dan terbuka. Menurut

Di samping itu, media sosial juga menjadi sarana bagi koperasi untuk menampilkan nilai-nilai positif yang dimilikinya, seperti kerja sama, kepedulian sosial, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Melalui berbagai konten edukatif, testimoni anggota, serta publikasi kegiatan yang bermanfaat, koperasi dapat membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Dengan pemanfaatan media sosial yang optimal,

koperasi dapat membentuk citra yang lebih modern, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat di era digital.

Pengaruh Media Sosial terhadap Ketertarikan Generasi Muda

Media sosial menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam menarik perhatian generasi muda terhadap berbagai isu dan kegiatan, termasuk yang berkaitan dengan koperasi. Tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh generasi muda menjadikan platform digital sebagai sumber utama dalam memperoleh informasi. Oleh karena itu, penyampaian informasi mengenai koperasi melalui media sosial dapat menjangkau generasi muda secara lebih efektif dibandingkan media konvensional. Konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan tren digital mampu meningkatkan rasa ingin tahu serta mendorong mereka untuk mengenal koperasi lebih jauh. Menurut (Sidabukke et al., 2025), meskipun koperasi dipandang memiliki keunggulan seperti prinsip demokrasi ekonomi dan orientasi pada kesejahteraan anggota, tantangan seperti minimnya inovasi, lemahnya manajemen, dan ketertinggalan teknologi masih menjadi hambatan untuk menarik minat generasi muda.

Menurut (Ekonomi & Akuntansi, 2024), koperasi multipihak memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan, meskipun tantangan seperti resistensi terhadap perubahan dan keterbatasan sumber daya tetap ada. Generasi muda berperan penting dalam menciptakan perubahan positif dan keberlanjutan koperasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koperasi multipihak mampu menciptakan sinergi antar anggota, meningkatkan daya saing produk, serta memberikan akses yang lebih baik terhadap pasar. Selain itu, koperasi ini juga berfungsi sebagai wadah pendidikan dan pelatihan bagi anggotanya. Selain memberikan informasi, media sosial juga memengaruhi cara pandang generasi muda terhadap koperasi. Berbagai konten yang menampilkan aktivitas koperasi, inovasi layanan, program pemberdayaan ekonomi, dan pengalaman sukses anggota dapat membentuk persepsi yang lebih positif. Paparan informasi yang berkelanjutan membantu generasi muda memahami bahwa koperasi tidak hanya berfungsi sebagai lembaga ekonomi tradisional, tetapi juga mampu berkembang dan beradaptasi dengan kemajuan teknologi. Kondisi ini dapat meningkatkan minat generasi muda untuk mempelajari dan terlibat dalam kegiatan koperasi.

generasi muda secara ideal harus memiliki jiwa petualang, berfikir futuristik, banyak ide, menyukai tantangan dan melakukan hal-hal yang positif dalam berpikir, bersikap dan bertindak untuk kemajuan ekonomi khususnya dalam menumbuhkan kembangkan wirausaha bukan sebagai konsumtif saja melainkan harus produktif sebagai pengembang ekonomi kreatif yang potensial

Di samping itu, media sosial menyediakan ruang interaksi yang memungkinkan terjalannya komunikasi antara koperasi dan generasi muda. Melalui fitur komentar, pesan pribadi, maupun diskusi daring, generasi muda dapat memperoleh informasi secara langsung dan memberikan tanggapan terhadap berbagai konten yang disajikan. Interaksi yang aktif tersebut dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat serta meningkatkan kepercayaan terhadap koperasi. Dengan demikian, pemanfaatan media sosial secara optimal dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan ketertarikan generasi muda sekaligus mendorong partisipasi mereka dalam pengembangan koperasi di era digital.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan citra koperasi modern di kalangan generasi muda. Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan oleh generasi muda untuk memperoleh informasi, berinteraksi, dan membentuk persepsi terhadap berbagai organisasi, termasuk koperasi. Kondisi ini memberikan peluang yang besar bagi koperasi untuk memanfaatkan media sosial sebagai media informasi, promosi, edukasi, dan komunikasi yang efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial mampu meningkatkan penyebaran informasi mengenai koperasi secara lebih cepat, luas, dan mudah diakses oleh masyarakat. Melalui berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook, koperasi dapat memperkenalkan program, layanan, kegiatan, serta manfaat yang dimilikinya kepada generasi muda. Informasi yang disampaikan melalui konten yang menarik dan mudah dipahami dapat meningkatkan pengetahuan serta pemahaman generasi muda mengenai peran koperasi dalam mendukung pembangunan ekonomi masyarakat.

Selain sebagai media informasi, media sosial juga berperan penting dalam kegiatan promosi koperasi. Pemanfaatan berbagai fitur digital memungkinkan koperasi untuk memperluas jangkauan promosi dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan metode konvensional. Konten promosi yang kreatif, inovatif, dan sesuai dengan tren digital mampu meningkatkan daya tarik koperasi serta memperkuat identitas organisasi di mata masyarakat. Dengan demikian, media sosial menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan koperasi kepada generasi muda sekaligus meningkatkan eksistensinya di era digital.

Kajian ini juga menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi dalam membentuk citra koperasi yang lebih modern, profesional, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Melalui penyajian informasi mengenai inovasi, digitalisasi layanan, kegiatan kewirausahaan, dan keberhasilan anggota, koperasi dapat mengubah pandangan masyarakat yang sebelumnya menganggap koperasi sebagai lembaga tradisional dan kurang relevan. Kehadiran koperasi yang aktif di media sosial memberikan gambaran bahwa koperasi mampu mengikuti perkembangan zaman dan memenuhi kebutuhan generasi muda saat ini.

Lebih lanjut, media sosial memberikan ruang interaksi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara koperasi dan masyarakat. Interaksi melalui komentar, pesan langsung, maupun diskusi daring dapat meningkatkan kedekatan, kepercayaan, dan keterlibatan masyarakat terhadap koperasi. Hubungan yang terjalin secara aktif tersebut menjadi faktor penting dalam membangun citra positif sekaligus meningkatkan loyalitas anggota maupun calon anggota koperasi.

Berdasarkan hasil kajian yang telah dilakukan, dapat ditegaskan bahwa semakin optimal pemanfaatan media sosial oleh koperasi, semakin besar pula peluang terbentuknya citra koperasi yang modern, inovatif, terpercaya, dan diminati oleh generasi muda. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan promosi, tetapi juga sebagai strategi penting dalam meningkatkan partisipasi generasi muda serta mendukung keberlanjutan dan perkembangan koperasi di masa depan. Dengan pengelolaan media sosial yang baik, koperasi dapat memperkuat posisinya sebagai salah satu pilar ekonomi kerakyatan yang mampu bersaing dan berkembang di tengah era transformasi digital.

Berdasarkan temuan penelitian, koperasi perlu meningkatkan pemanfaatan media sosial secara lebih optimal sebagai media komunikasi, promosi, dan penyebaran informasi kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Penyajian konten yang inovatif, informatif, dan sesuai dengan tren digital dapat membantu meningkatkan daya tarik koperasi serta memperkuat citranya sebagai lembaga yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Di sisi lain, generasi muda diharapkan dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk menambah wawasan mengenai koperasi sehingga tumbuh minat dan kesadaran untuk terlibat dalam kegiatan perkoperasian. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan berbagai pihak terkait diperlukan untuk mendorong proses digitalisasi koperasi melalui pelatihan, pembinaan, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia. Penelitian berikutnya juga disarankan untuk mengembangkan kajian ini dengan menggunakan data lapangan agar diperoleh hasil yang lebih komprehensif mengenai peran media sosial dalam membentuk citra koperasi modern di kalangan generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aktif, B., Koperasi, P., Cu, P., & Sumut, D. (2025). 5, 6, 7. 02(02), 27–36.
- Dalimunthe, Y. C., Dongoran, I. M., & Ritonga, H. P. (2025). *Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Citra Merek Koperasi Agrina*. 5, 2806–2814.
- Dan, D., & Kreatif, E. (2025). *KEUANGAN MIKRO PADA KOPERASI KONSUMEN SYARIAH : MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KEBERLANJUTAN DI ERA perlunya perubahan dari sistem konvensional menuju sistem keuangan digital yang*. 13(02).
- Ekonomi, J., & Akuntansi, M. (2024). *Neraca Neraca*. 1192(17), 893–899.
- Fitriani, Q., Khoirina, L., Puspita, A. D., & Ain, I. M. (2025). *Peningkatan Keterampilan Digital Pengurus Koperasi Desa Merah Putih Pandanarum Kecamatan Tirto melalui Pelatihan Penjualan Pulsa Berbasis Aplikasi Topindo*. 60–68.
- Haryanto, D., Alawiah, E. T., Yunandar, R. T., & Apriyani, H. (2023). *Pelatihan Digital Marketing dengan Aplikasi Tiktok Shop untuk Anggota Koperasi UMKM Tajur Halang Makmur*. 2(1), 335–340.
- History, A. (2022). *Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi*. 650–656.
- No Title. (2025).
- Purnamawati, A., Indriani, Y., & Dewi, L. S. (2024). *Fenomenologi Koperasi Sebagai Katalis Kehidupan Generasi Muda Dalam Upaya Rebranding Koperasi*. 15(2), 249–260.
- Sidabukke, C. E., Ariani, E., Hutauruk, E., Azizah, F. N., Ekonomi, P., & Jambi, U. (2025). *Persepsi Generasi Muda terhadap Koperasi sebagai Lembaga Ekonomi Kerakyatan*. 9, 36289–36294.
- Didi, D., et al. (2026). Pemodelan strategi keberhasilan koperasi dengan jumlah anggota sebagai pemediasi dengan pendekatan analisis uji sobel pada regresi data panel menggunakan Eviews. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 6(1). <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v6i1.8356>
- Sianturi, et al. (2022). Analisis pengaruh tingkat partisipasi pendidikan terhadap pertumbuhan ekonomi Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN)*, 1(1). <https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i1.80>
- Mozin, S. Y., et al. (2026). Peran komunikasi organisasi dalam meningkatkan kinerja organisasi. *Kajian Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 3(2). <https://doi.org/10.62383/kajian.v3i2.995>
- Ernawati, et al. (2026). Pelatihan pembuatan logo usaha pada UMKM Maira Produksi Kota Bima. *Komunitas: Jurnal Hasil Kegiatan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1). <https://doi.org/10.62951/komunitas.v3i1.362>
- Azkiya, Z., & Nurmiati, E. (2026). Navigasi privasi di era digital: Peran kesadaran pengguna dalam mitigasi kebocoran informasi di media sosial. *Polygon: Jurnal Ilmu Komputer dan Ilmu Pengetahuan Alam*, 4(3). <https://doi.org/10.62383/polygon.v4i3.968>