

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

a. Profil Grup *WhatsApp* Army South Borneo

Grup *WhatsApp* ARMY South Borneo merupakan komunitas penggemar BTS yang menghimpun anggota dari berbagai daerah di Kalimantan Selatan. Grup ini dibentuk sebagai ruang komunikasi dan interaksi bagi para penggemar yang memiliki minat sama terhadap karya dan aktivitas BTS. Berdasarkan data terakhir jumlah anggota yang tergabung mencapai 393 orang, meskipun tidak seluruhnya aktif mengikuti percakapan sehari-hari karena tidak tersedia data spesifik mengenai Tingkat keaktifan anggota. Informasi mengenai tahun awal pembentukan grup juga tidak terdokumentasi secara pasti, namun keberadaannya telah berkembang menjadi wadah yang memfasilitasi diskusi, berbagai informasi, serta koordinasi kegiatan yang berkaitan dengan dukungan terhadap BTS.

Aktivitas utama dalam grup ini berfokus pada penyebaran informasi terbaru mengenai BTS, dukungan moral terhadap anggota, serta partisipasi dalam berbagai bentuk dukungan *fandom* yang bersifat positif. Meskipun grup ini tidak memiliki kegiatan sosial yang dilakukan

secara kolektif atau terorganisir di bawah nama komunitas, namun banyak anggota secara pribadi menunjukkan partisipasi sosial di luar grup, seperti mengikuti kegiatan donasi, membantu korban bencana, dan berpartisipasi dalam gerakan amal yang terinspirasi oleh pesan BTS tentang cinta dan kemanusiaan.

Beberapa anggota, misalnya, pernah melakukan donasi individu ke panti asuhan atau kampanye kemanusiaan daring karena merasa tersentuh oleh nilai-nilai yang disampaikan BTS melalui proyek Love Myself bekerja sama dengan UNICEF. Ada pula anggota yang secara pribadi ikut dalam kegiatan sukarelawan, penggalangan dana kecil, atau berbagi rezeki kepada sesama atas inisiatif sendiri. Meski tidak diorganisir secara resmi oleh grup, pengalaman-pengalaman pribadi ini menjadi bentuk nyata dari internalisasi nilai sosial dan spiritual yang tumbuh melalui *fandom*.

Dalam grup *WhatsApp* ini, interaksi antar anggota bersifat santai namun aktif. Mereka berkomunikasi menggunakan pesan teks, gambar, stiker, dan kadang mengadakan obrolan grup untuk berbagi cerita pribadi. Grup juga menjadi tempat bagi anggota untuk menyampaikan dukungan emosional satu sama lain, terutama saat ada yang sedang mengalami kesulitan. Pola komunikasi seperti ini menciptakan suasana hangat dan saling menghargai, sehingga banyak anggota merasa grup ini seperti keluarga kedua di dunia maya.

Dari sisi demografis, anggota grup terdiri dari remaja hingga dewasa muda berusia 17-36 tahun, dengan latar belakang yang beragam seperti pelajar, mahasiswa, pekerja dan ibu rumah tangga. Sebagian besar anggota adalah perempuan. Keragaman usia, pendidikan, dan daerah asal menjadikan grup ini dinamis serta mencerminkan karakter *fandom* yang inklusif dan terbuka.

Meskipun grup ini tidak memiliki struktur kepengurusan resmi, terdapat admin utama yang berfungsi mengatur komunikasi dan menjaga suasana kondusif di dalam grup. Admin juga berperan memastikan agar topik diskusi tetap relevan dengan tujuan komunitas dan nilai-nilai positif yang dijunjung BTS dan ARMY secara global.

Grup *WhatsApp* ARMY South Borneo menjadi menarik untuk diteliti karena menunjukkan bagaimana pengaruh nilai-nilai *fandom* dapat melampaui batas hiburan semata. Walaupun tidak ada kegiatan sosial bersama, anggota secara pribadi menginternalisasi pesan BTS dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari, baik melalui tindakan sosial kecil maupun refleksi spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa *fandom* dapat menjadi media pembentukan kesadaran sosial dan spiritual individu, bahkan tanpa adanya aktivitas terorganisir.

Dengan demikian, grup *WhatsApp* ARMY South Borneo dipilih sebagai lokasi penelitian karena menggambarkan fenomena menarik mengenai bagaimana keterlibatan dalam *fandom* melalui komunikasi daring dan nilai-nilai yang diserap dari idola dapat berpengaruh terhadap

cara anggota memahami dan mempraktikkan nilai sosial serta spiritualitas dalam kehidupan mereka masing-masing.

2. Karakteristik Responden Penelitian

Pada penelitian ini, data responden diperoleh melalui pengumpulan kuesioner yang disebarkan menggunakan google form. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 orang, dengan kriteria jumlah Anggota Grup *WhatsApp Army South Borneo*.

Berdasarkan Pengisian Kuesioner yang dilakukan oleh 50 responden, diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	0	0%
2	Perempuan	50	100%
Total		50	100%

Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui Kuesioner Google Form, responden pada penelitian ini terdiri dari dua jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh responden yang berpartisipasi adalah perempuan.

Jumlah responden sebanyak 50 orang (100%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 0 orang (0%). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi dalam grup *WhatsApp ARMY South Borneo* dan pengisian kuesioner penelitian ini didominasi oleh perempuan. Kondisi ini juga sejalan dengan

kecenderungan umum *fandom* ARMY di indonesia yang sebagian besar anggotanya adalah perempuan.

Berdasarkan tabel tersebut, dapat disimpulkan bahwa partisipasi responden dalam penelitian ini sepenuhnya berasal dari anggota perempuan. Tidak adanya responden laki-laki menunjukkan bahwa keterlibatan anggota laki-laki di dalam grup *WhatsApp* Army South Borneo relatif sedikit atau tidak aktif dalam pengisian kuesioner. Kondisi ini memberikan gambaran bahwa dinamika komunikasi dan persepsi terhadap aksi sosial serta kesadaran sosial dan spiritual dalam komunitas ini banyak dipengaruhi oleh perspektif perempuan sebagai penggemar BTS.

b. Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18-20	4	8%
2	21-25	31	62%
3	26-30	10	20%
4	31-36	5	10%
Total		50	100%

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner yang diperoleh dari 50% responden anggota Grup *WhatsApp* Army South Borneo, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 21-25 tahun, yaitu sebanyak 31 orang atau 62% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa kelompok usia dewasa awal mendominasi dalam partisipasi penelitian ini.

Selanjutnya, responden pada rentang usia 26-30 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 20%, diikuti kelompok usia 18-20 tahun sebanyak 4 orang (8%). Adapun kelompok usia 31-36 tahun merupakan kelompok dengan jumlah 5 responden atau 10%.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa partisipan penelitian mayoritas berada pada usia produktif dan aktif dalam aktivitas digital, termasuk kegiatan *fandom* dalam media sosial maupun aplikasi komunikasi seperti *WhatsApp*. Komposisi usia yang didominasi oleh kelompok 21-25 tahun juga mengindikasikan bahwa kelompok ini memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap *fandom* K-Pop serta keterlibatan dalam interaksi komunitas daring.

c. Responden berdasarkan lama bergabung

Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Lama Bergabung

No	Lama Bergabung	Jumlah	Persentase
1	< 6 bulan	12	24%
2	6-12 bulan	5	10%
3	1-2 tahun	17	34%
4	> 2 tahun	16	32%
Total		50	100%

Berdasarkan Kuesioner, diketahui bahwa responden memiliki lama bergabung yang bervariasi dalam Grup *WhatsApp* Army South Borneo. Pada Tabel di atas terlihat bahwa responden dengan masa bergabung kurang dari 6 bulan berjumlah 12 orang atau 24% dari total responden. Ini menunjukkan bahwa terdapat anggota baru yang cukup aktif berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

Selanjutnya, responden yang telah bergabung selama 6-12 bulan berjumlah 5 orang (10%), sedangkan responden dengan masa bergabung 1-2 tahun berjumlah 17 orang atau 34%. Artinya mayoritas anggota sudah cukup lama berada dalam komunitas dan memiliki pengalaman interaksi yang lebih mapan.

Adapun responden dengan masa bergabung lebih dari 2 tahun berjumlah 16 orang atau 32%. Persentase ini menunjukkan bahwa hampir sepertiga dari anggota merupakan anggota lama yang kemungkinan telah mengenal dinamika kelompok, nilai-nilai *fandom* serta kebiasaan komunitas.

Secara keseluruhan, data ini menggambarkan bahwa komposisi responden didominasi oleh anggota yang sudah cukup lama bergabung, sehingga dapat memberikan persepsi yang lebih matang terkait aktivitas *fandom* dan interaksi sosial dalam grup.

d. Responden berdasarkan Pengalaman Mengikuti Aksi Sosial

Fandom

Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Pengalaman Mengikuti Aksi Sosial Fandom

No	Pernah Mengikuti Aksi Sosial <i>Fandom</i>	Jumlah	Persentase
1	Pernah	44	88%
2	Tidak Pernah	6	12%
Total		50	100%

Responden yang pernah mengikuti aksi sosial *fandom*, baik dalam bentuk donasi, proyek amal, kampanye digital, maupun kegiatan pribadi lainnya, berjumlah 44 orang atau 88% dari total responden. Hal ini

menunjukkan bahwa meskipun kelompok Grup *WhatsApp* Army South Borneo secara komunitas tidak pernah mengadakan aksi sosial bersama, sebagian besar anggotanya tetap memiliki pengalaman individu dalam aksi sosial yang diinisiasi oleh *fandom* Army secara luas.

Sementara itu, responden yang tidak pernah mengikuti aksi sosial *fandom* berjumlah 6 orang atau 12%. Kelompok ini biasanya merupakan anggota baru atau anggota yang tidak terlalu aktif mengikuti proyek-proyek sosial *fandom*.

Dominasi responden yang memiliki pengalaman aksi sosial ini menjadi temuan penting, karena pengalaman tersebut dapat mempengaruhi tingkat kesadaran sosial dan spiritual mereka. Selain itu, hasil ini juga menunjukkan bahwa nilai-nilai kepedulian sosial yang sering digunakan dalam *fandom* ARMY memiliki pengaruh nyata terhadap anggotanya, meskipun tidak diwujudkan dalam kegiatan bersama dalam grup.

3. Data Kuesioner Responden

a. Variabel X

Tabel 4. 5 Variabel X (Aksi Sosial)

No	Item	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	X.1	22	23	5			50	44%	46%	10%			100%
2	X.2	22	23	5			50	44%	46%	10%			100%
3	X.3	17	28	5			50	34%	56%	10%			100%
4	X.4	21	24	5			50	42%	48%	10%			100%
5	X.5	28	18	4			50	56%	36%	8%			100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat dideskripsikan bahwa seluruh item pernyataan X.1 sampai X.5 diisi oleh 50 responden dengan skala jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Namun, pada data responden hanya memilih kategori SS, S, dan N, sedangkan TS dan STS tidak dipilih sama sekali.

Pada Item X.1 dan X.2, distribusi jawaban menunjukkan pola yang sama, yaitu sebanyak 22 responden (44%) memilih Sangat Setuju, 23 Responden (46%) memilih Setuju, dan 5 Responden memilih Netral. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden pernah dan tertarik mengikuti donasi, kampanye sosial yang diselenggarakan Fandom Army.

Pada item X.3, responden juga menunjukkan kecenderungan positif meskipun dengan proporsi yang sedikit berbeda. Sebanyak 17 responden

(34%) menyatakan sangat setuju dan 28 responden (56%) menyatakan setuju. Adapun responden yang bersikap netral berjumlah 5 orang (10%). Tidak ditemukan responden yang tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Dominasi kategori setuju pada item ini menunjukkan bahwa mereka sering menyebarkan informasi kegiatan sosial fandom Army di media sosial.

Selanjutnya, item X.4 memperlihatkan bahwa 24 responden (48%) menyatakan sangat setuju dan 21 responden (42%) menyatakan setuju. Sementara itu, 5 responden (10%) berada pada kategori netral. Sama seperti item sebelumnya, tidak terdapat respon negatif. Hal ini menegaskan bahwa mayoritas responden merasa terinspirasi untuk ikut peduli pada isu sosial karena fandom.

Pada item X.5, tanggapan responden menunjukkan tingkat persetujuan yang paling tinggi dibandingkan item lainnya. Sebanyak 28 responden (56%) menyatakan sangat setuju dan 18 responden (36%) menyatakan setuju, sedangkan 4 responden (8%) bersikap netral. Tidak ada responden yang memilih kategori tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa responden merasa bangga menjadi bagian dari Fandom yang aktif melakukan aksi sosial.

Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa seluruh item pada variabel X didominasi oleh jawaban Sangat Setuju dan Setuju, dengan persentase netral yang relatif kecil serta tanpa adanya respon negatif. Hal ini menandakan bahwa responden memiliki persepsi yang positif terhadap

seluruh pernyataan yang diajukan, sehingga variabel X dapat dikatakan memiliki tingkat penerimaan dan penilaian yang sangat baik dari responden.

b. Variabel Y

Tabel 4. 6 Variabel Y (Kesadaran Sosial dan Spiritual)

No	Item	Frekuensi						Persentase					
		SS	S	N	TS	STS	Total	SS	S	N	TS	STS	Total
1	Y.1	29	17	3	1		50	58%	34%	6%	2%		100%
2	Y.2	31	14	4	1		50	62%	28%	8%	2%		100%
3	Y.3	28	15	7			50	56%	30%	14%			100%
4	Y.4	24	15	11			50	48%	30%	22%			100%
5	Y.5	28	16	6			50	56%	34%	10%			100%
6	Y.6	28	22				50	56%	44%				100%
7	Y.7	25	22	3			50	50%	44%	6%			100%
8	Y.8	25	22	3			50	50%	44%	6%			100%
9	Y.9	30	16	4			50	60%	32%	8%			100%
10	Y.10	22	24	4			50	44%	48%	8%			100%

Berdasarkan tabel tersebut, dapat diketahui bahwa jumlah responden pada setiap item variabel Y adalah sebanyak 50 orang. Secara umum, distribusi jawaban responden menunjukkan kecenderungan yang positif, yang ditandai dengan dominasi jawaban Sangat Setuju (SS) dan Setuju (S) pada seluruh item pernyataan.

Pada item Y.1, mayoritas responden menyatakan sikap sangat setuju, yaitu sebanyak 29 responden (58%), diikuti oleh 17 responden (34%)

yang menyatakan setuju. Sebanyak 3 responden (6%) bersikap netral dan 1 responden (2%) menyatakan tidak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki rasa lebih peduli pada masyarakat sekitar setelah mengikuti aktivitas fandom.

Selanjutnya, pada item Y.2, sebanyak 31 responden (62%) menyatakan sangat setuju dan 14 responden (28%) menyatakan setuju. Respon netral tercatat sebanyak 4 responden (8%) dan respon tidak setuju sebanyak 1 responden (2%). Hal ini menegaskan bahwa tingkat persetujuan responden tentang merasa lebih sadar akan pentingnya membantu sesama tergolong sangat tinggi, dengan respon negatif yang sangat minimal.

Pada item Y.3, mayoritas responden juga menunjukkan sikap positif, di mana 28 responden (56%) menyatakan sangat setuju dan 15 responden (30%) menyatakan setuju. Namun demikian, terdapat 7 responden (14%) yang bersikap netral. Tidak ditemukan responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju, yang mengindikasikan bahwa mereka cenderung termotivasi untuk menjadi bagian dari solusi terhadap isu-isu sosial.

Item Y.4 memperlihatkan variasi jawaban yang lebih beragam dibandingkan item sebelumnya. Sebanyak 24 responden (48%) menyatakan sangat setuju dan 15 responden (30%) setuju, sementara 11 responden (22%) berada pada kategori netral. Meskipun demikian, tidak terdapat respon negatif, sehingga item ini tetap menunjukkan kecenderungan

penilaian yang positif dari responden dimana mereka merasa memiliki tanggung jawab sebagai anggota masyarakat.

Pada item Y.5, responden kembali menunjukkan dominasi sikap positif, dengan 28 responden (56%) menyatakan sangat setuju dan 16 responden (34%) setuju. Adapun 6 responden (10%) bersikap netral. Tidak adanya respon tidak setuju maupun sangat tidak setuju menunjukkan bahwa responden merasa menjadi lebih peka terhadap masalah sosial yang ada di sekitarnya.

Item Y.6 menunjukkan tingkat persetujuan yang sangat kuat, dimana seluruh responden memberikan jawaban positif. Sebanyak 28 responden (56%) menyatakan sangat setuju dan 22 responden (44%) menyatakan setuju. Tidak terdapat respon netral maupun negatif, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden sangat setuju bahwa aksi sosial fandom mengingatkan mereka akan nilai-nilai kemanusiaan dan keimanan.

Pada item Y.7 dan Y.8, pola jawaban responden relatif serupa. Masing-masing item menunjukkan bahwa 25 responden (50%) menyatakan sangat setuju dan 22 responden (44%) menyatakan setuju, sedangkan 3 responden (6%) bersikap netral. Tidak terdapat respon negatif pada kedua item tersebut, yang menandakan bahwa responden merasa aksi sosial fandom mengingatkan mereka dan menjadi lebih dekat dengan nilai-nilai spiritual dan kemanusiaan setelah terlibat atau menyaksikan aksi sosial fandom.

Selanjutnya, pada item Y.9, sebanyak 30 responden (60%) menyatakan sangat setuju dan 16 responden (32%) menyatakan setuju, sementara 4 responden (8%) berada pada kategori netral. Tidak ditemukan respon tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden sangat percaya bahwa membantu sesama adalah bagian dari ibadah.

Terakhir, item Y.10 menunjukkan bahwa 22 responden (44%) menyatakan sangat setuju dan 24 responden (48%) menyatakan setuju. Sebanyak 4 responden (8%) bersikap netral dan tidak terdapat respon negatif. Dengan demikian, kebanyakan responden menjadi lebih sering merenung dan bersyukur setelah melihat aksi sosial.

Secara keseluruhan, hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel Y didominasi oleh jawaban Sangat Setuju dan Setuju pada seluruh item pernyataan. Persentase jawaban netral relatif kecil dan respon tidak setuju hampir tidak ditemukan. Hal ini mengindikasikan bahwa responden memiliki tingkat kesadaran dan penilaian yang tinggi terhadap aspek-aspek yang diukur dalam variabel Y.

4. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah alat ukur yang mempunyai fungsi untuk mengetahui apakah alat ukur ini mampu mengukur sesuai dengan tujuan secara valid dan tepat. Berikut pengambilan uji validitas yaitu:

- 1) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikansi 0,279, maka instrument tersebut dinyatakan Valid
- 2) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ dengan taraf signifikansi 0,279, maka instrument tersebut dinyatakan tidak Valid.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Ket
Aksi Sosial X	X.1	0,574	0,279	Valid
	X.2	0,603	0,279	
	X.3	0,675	0,279	
	X.4	0,764	0,279	
	X.5	0,701	0,279	
Kesadaran Sosial & Spiritual Y	Y.1	0,800	0,279	Valid
	Y.2	0,647	0,279	
	Y.3	0,680	0,279	
	Y.4	0,742	0,279	
	Y.5	0,565	0,279	
	Y.6	0,483	0,279	
	Y.7	0,658	0,279	
	Y.8	0,727	0,279	
	Y.9	0,524	0,279	
	Y.10	0,649	0,279	

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian pada variabel Aksi Sosial (X) dan Kesadaran Sosial & Spiritual (Y), diketahui bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r hitung pada setiap item yang lebih besar daripada nilai r tabel sebesar 0,279. Pada variabel Aksi Sosial (X), nilai r hitung berkisar antara 0,574 hingga 0,701, sedangkan pada variabel Kesadaran Sosial & Spiritual (Y) nilai r hitung berada pada rentang 0,483 hingga 0,800. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada kedua variabel tersebut memenuhi kriteria validitas dan layak digunakan sebagai instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian memberikan hasil yang konsisten ketika digunakan untuk mengukur variabel yang sama. Pada penelitian ini, reliabilitas diukur menggunakan Cronbach's Alpha melalui bantuan aplikasi SPSS 27 Windows.

Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas Variabel Aksi Sosial (X) dan Variabel Kesadaran Sosial dan Spiritual (Y)

Variabel	Alpha Cronbach's	Nilai Reliabel	Kriteria
X	0,681	0,60	Reliabel
Y	0,851	0,80	Reliabel

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas diperoleh nilai dari Variabel X (Aksi Sosial) memiliki nilai Cronbach's Alpha 0,681 dengan nilai reliabel standar yang digunakan adalah 0,60. karena nilai $0,681 > 0,60$, maka instrumen dinilai reliabel. Artinya butir-butir pertanyaan yang digunakan untuk mengukur aksi sosial memiliki tingkat konsistensi yang cukup dan dapat dipercaya untuk digunakan dalam penelitian.

Pada Variabel Y (Kesadaran sosial dan kesadaran spiritual) memiliki Nilai Cronbach's Alpha 0,851 dengan nilai reliabel standar yang digunakan yang digunakan adalah 0,80. karena nilai $0,851 > 0,80$ maka instrumen sangat reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam variabel kesadaran sosial dan kesadaran spiritual menunjukkan konsistensi internal yang sangat tinggi.

Kesimpulannya baik variabel X maupun variabel Y menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang melebihi standar minimal, sehingga kedua instrumen dinyatakan reliabel. Dengan demikian, seluruh item dalam kuesioner dapat digunakan untuk proses analisis data selanjutnya karena terbukti konsisten dan dapat dipercaya.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S) terhadap nilai Unstandardized Residual dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas

N	50
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Berdasarkan tabel di atas hasil uji normalitas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Nilai signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami Multikolinearitas,

yaitu tidak adanya korelasi tinggi antara variabel bebas, sehingga setiap Variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen secara optimal.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Aksi Sosial (X)	1,000	1,000	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas mengenai hasil uji multikolinearitas dilakukan menggunakan program SPSS versi 27 for Windows, sehingga diperoleh nilai Tolerance sebesar 1,000 dan Variance Inflation Factor (VIF) sebesar 1,000 untuk Variabel aksi social. Nilai Tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi Multikolinearitas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, yaitu varians residual bersifat konstan.

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel Independen	Sig.	Keterangan
Aksi Sosial	0,282	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai Signifikansi (Sig.) untuk variabel Aksi Sosial sebesar 0,282. Nilai

signifikansi tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

6. Uji Hipotesis (Analisis Utama)

a. Uji Regresi Linear Sederhana.

Uji regresi linear sederhana merupakan salah satu Teknik analisis statistic yang digunakan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan serta pengaruh antara satu variabel bebas (X) terhadap satu variabel terikat (Y). analisis ini bertujuan untuk melihat arah hubungan positif atau negatif serta besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

No	Variabel Independen	Koefisien Regresi (B)	t hitung	Sig.	Keterangan
1	Aksi Sosial (X)	0,911	3,440	0,001	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai constant (a) 24,641. Nilai Aksi Sosial *Fandom Army* (b/koefisien regresi) 0,911. Uji regresi linear sederhana dapat diketahui dengan rumus model persamaan regresi linear yaitu $y = a + b \cdot X$ ($y = 24,641 + 0,911$). Menurut persamaan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Konstanta persamaan regresi 24,641 yang berarti positif menyatakan bahwa variabel Aksi Sosial *Fandom Army* menunjukkan pengaruh positif terhadap variabel Kesadaran Sosial dan Spiritual anggota Grup *WhatsApp Army South Borneo*.

2. Nilai koefisien regresi Aksi Sosial *Fandom Army* (X) 0,911. Ini menunjukkan variabel Aksi Sosial *Fandom Army* dengan kesadaran sosial dan spiritual bersifat searah (positif), artinya semakin tinggi intensitas aksi sosial yang dilakukan oleh *Fandom Army*, maka semakin tinggi pula Tingkat kesadaran sosial dan spiritual anggota Grup *WhatsApp Army South Borneo*.

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen (Variabel bebas) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Variabel terikat). Dalam konteks penelitian saya, uji t digunakan untuk mengetahui apakah aksi sosial (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kesadaran sosial dan spiritual (Y) pada anggota Grup *WhatsApp Army South Borneo*.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Parsial (T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (constant)	24,641	5,778		4,264	<.001
X	,911	,265	,445	3,440	,001

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai t tabel variabel Aksi Sosial (X) yaitu 2,011 yang didapat dari rumus berikut

$$T \text{ tabel} = t (a;2;n-k-1)$$

$$= t (0,05;2;50-1-1)$$

$$= t(0,025;48)$$

$$= 2,011$$

Diketahui t tabel 2,011 dan nilai t hitung 3,440. Jadi dapat diketahui bahwa $t \text{ hitung } 3,440 > t \text{ tabel } 2,011$ dan nilai signifikansi pengaruh Aksi Sosial (X) terhadap (Y) adalah $0,001 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

c. Uji Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat dalam suatu model regresi. Pada penelitian ini, uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi aksi social *fandom* Army terhadap kesadaran sosial dan spiritual pada grup *WhatsApp* Army South Borneo. Nilai R^2 menunjukkan persentase perubahan kesadaran sosial dan spiritual yang dapat dijelaskan oleh aksi social *fandom* Army, sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti lingkungan social, pengalaman pribadi dan faktor individu lainnya.

Tabel 4. 14 Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R^2	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,445 ^a	,198	,181	3,981

Berdasarkan tabel diatas Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,198 menunjukkan bahwa aksi sosial fandom Army mampu menjelaskan 19,8% variasi kesadaran sosial dan spiritual anggota. Dengan demikian, aksi sosial memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesadaran sosial dan spiritual, namun kontribusi tersebut masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain diluar penelitian yang lebih besar pengaruhnya, seperti lingkungan keluarga, pendidikan, pengalaman hidup, nilai-nilai keagamaan, dan lingkungan sosial.

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aksi sosial yang dilakukan oleh anggota fandom Army memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran sosial dan spiritual anggota Grup WhatsApp Army South Borneo. Temuan ini memberikan gambaran bahwa keterlibatan dalam kegiatan sosial yang dilakukan dalam komunitas fandom tidak hanya berdampak pada aktivitas sosial semata, tetapi juga menyentuh aspek yang lebih dalam pada diri individu.

Secara sederhana, hal ini dapat dipahami bahwa ketika seseorang terlibat dalam aksi sosial, seperti donasi, penggalangan dana, atau kegiatan kemanusiaan lainnya, ia tidak hanya melakukan tindakan membantu, tetapi juga mengalami proses pembelajaran secara langsung. Melalui pengalaman tersebut, individu mulai lebih peka terhadap kondisi di sekitarnya, memahami pentingnya kepedulian, serta menyadari bahwa membantu sesama merupakan bagian dari tanggung jawab sosial.

Selain itu, keterlibatan dalam aksi sosial juga tidak terlepas dari pengaruh lingkungan komunitas. Dalam konteks fandom Army South Borneo, interaksi yang terjadi dalam Grup WhatsApp memungkinkan anggota untuk saling berbagi

informasi, pengalaman, dan ajakan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial. Lingkungan seperti ini secara tidak langsung mendorong individu untuk ikut terlibat, baik karena rasa empati, solidaritas, maupun keinginan untuk menjadi bagian dari komunitas yang aktif melakukan kebaikan.

hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksi sosial dalam fandom tidak hanya berdampak pada aspek sosial, tetapi juga memiliki pengaruh terhadap kesadaran spiritual individu. Hal ini dapat dilihat dari munculnya rasa syukur, refleksi diri, serta pemahaman bahwa kegiatan berbagi dan membantu sesama memiliki nilai yang lebih dalam, termasuk dalam kaitannya dengan nilai-nilai keagamaan. Dengan kata lain, aktivitas sosial yang dilakukan tidak hanya memberikan manfaat bagi orang lain, tetapi juga memberikan dampak positif bagi perkembangan batin individu.

Temuan ini mengindikasikan bahwa fandom tidak lagi dapat dipandang hanya sebagai komunitas hiburan semata, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memiliki peran dalam membentuk nilai dan kesadaran individu. Melalui keterlibatan dalam aksi sosial, anggota fandom tidak hanya menjadi bagian dari kelompok penggemar, tetapi juga menjadi individu yang lebih peduli, reflektif, dan memiliki kesadaran sosial serta spiritual yang lebih baik.

Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini akan dilanjutkan dengan mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana proses terbentuknya kesadaran tersebut, faktor-faktor yang mempengaruhinya, serta keterkaitannya dengan teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

1. Proses Terbentuknya Kesadaran Sosial dan spiritual

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, pengaruh aksi sosial terhadap kesadaran sosial dan spiritual tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui suatu proses yang berlangsung secara bertahap. Proses ini diawali dari keterlibatan individu dalam berbagai kegiatan sosial yang dilakukan dalam komunitas fandom, seperti donasi, penggalangan dana, maupun bentuk bantuan lainnya.

Keterlibatan tersebut memberikan pengalaman langsung kepada individu dalam berinteraksi dengan realitas sosial yang ada di sekitarnya. Melalui pengalaman ini, individu tidak hanya mengetahui adanya permasalahan sosial, tetapi juga merasakan dan memahami kondisi yang dialami oleh orang lain. Hal ini kemudian memunculkan rasa empati dan kepedulian yang menjadi dasar dari terbentuknya kesadaran sosial.

Selain itu, proses ini juga dipengaruhi oleh interaksi yang terjadi dalam komunitas. Dalam Grup WhatsApp Army South Borneo, anggota tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga saling mempengaruhi melalui berbagai bentuk komunikasi, seperti ajakan untuk berdonasi, berbagi informasi kegiatan sosial, serta pengalaman pribadi setelah melakukan aksi sosial. Interaksi yang berlangsung secara terus-menerus ini menciptakan lingkungan yang mendukung terbentuknya perilaku sosial yang positif.

Melalui interaksi tersebut, individu secara tidak langsung mengalami proses pembelajaran sosial, di mana mereka mengamati perilaku anggota lain dan terdorong untuk melakukan hal yang sama. Ketika seseorang melihat anggota lain melakukan aksi sosial, hal ini dapat memunculkan dorongan untuk ikut berpartisipasi, baik karena rasa empati, solidaritas, maupun keinginan untuk

menjadi bagian dari komunitas. Proses ini kemudian memperkuat kebiasaan berbuat baik yang pada akhirnya menjadi bagian dari karakter individu.

Keterlibatan dalam aksi sosial juga mendorong terjadinya proses refleksi diri. Setelah melakukan kegiatan sosial, individu cenderung mengevaluasi dirinya, merasakan kepuasan batin, serta menyadari makna dari tindakan yang telah dilakukan. Dari sinilah muncul kesadaran spiritual, seperti rasa syukur, keikhlasan, dan pemahaman bahwa membantu sesama memiliki nilai yang lebih luas, tidak hanya secara sosial tetapi juga secara batiniah.

Dengan demikian, dapat dipahami bahwa pengaruh aksi sosial terhadap kesadaran sosial dan spiritual terjadi melalui tiga tahapan utama, yaitu pengalaman langsung dalam kegiatan sosial, interaksi dalam komunitas, serta proses refleksi diri. Ketiga tahapan ini saling berkaitan dan membentuk suatu proses yang berkelanjutan, sehingga menghasilkan perubahan pada cara pandang dan perilaku individu.

Proses ini menunjukkan bahwa aksi sosial dalam fandom tidak hanya bersifat aktivitas sesaat, tetapi memiliki peran yang lebih dalam sebagai media pembelajaran dan pembentukan nilai. Melalui pengalaman, interaksi, dan refleksi, individu tidak hanya menjadi lebih aktif secara sosial, tetapi juga mengalami perkembangan dalam aspek kesadaran sosial dan spiritual secara bersamaan.

Selain didukung oleh data kuantitatif, hasil penelitian ini juga diperkuat oleh data kualitatif yang diperoleh dari jawaban responden. Data kualitatif ini memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai bagaimana aksi sosial dalam

fandom mempengaruhi kesadaran sosial dan spiritual individu dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan jawaban responden, banyak anggota yang menyatakan bahwa keterlibatan dalam kegiatan sosial membuat mereka menjadi lebih peduli terhadap kondisi orang lain. Beberapa responden mengungkapkan bahwa mereka mulai lebih peka terhadap lingkungan sekitar, terutama terhadap orang-orang yang membutuhkan bantuan. Hal ini menunjukkan bahwa aksi sosial tidak hanya berdampak pada tindakan sesaat, tetapi juga membentuk cara pandang individu terhadap realitas sosial.

Responden juga menyampaikan bahwa keterlibatan dalam aksi sosial mendorong munculnya rasa empati yang lebih tinggi. Melalui kegiatan seperti donasi dan penggalangan dana, individu merasa lebih terhubung dengan permasalahan yang dihadapi oleh orang lain. Pengalaman ini membuat mereka tidak hanya memahami secara teori, tetapi juga merasakan secara langsung pentingnya membantu sesama.

Dari sisi spiritual, beberapa responden mengungkapkan bahwa setelah terlibat dalam kegiatan sosial, mereka merasakan adanya perubahan dalam diri, seperti munculnya rasa syukur, ketenangan batin, serta kesadaran akan makna berbagi. Hal ini menunjukkan bahwa aksi sosial tidak hanya memberikan dampak eksternal, tetapi juga memberikan pengalaman batin yang memperkuat kesadaran spiritual individu.

Terdapat pula responden yang menyatakan bahwa keterlibatan dalam aksi sosial membuat mereka lebih sering melakukan refleksi diri, seperti mengevaluasi

sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari. Proses refleksi ini menjadi salah satu faktor yang memperkuat terbentuknya kesadaran, baik secara sosial maupun spiritual.

Data kualitatif dalam penelitian ini memperkuat hasil analisis kuantitatif yang telah dilakukan. Temuan ini menunjukkan bahwa pengaruh aksi sosial tidak hanya dapat dilihat dari angka, tetapi juga dari pengalaman dan perubahan yang dirasakan langsung oleh individu. Hal ini semakin menegaskan bahwa aksi sosial dalam fandom memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran sosial dan spiritual anggota.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terbentuknya kesadaran sosial dan spiritual tidak terlepas dari peran komunitas dan media yang digunakan oleh anggota fandom, khususnya melalui Grup WhatsApp Army South Borneo. Media komunikasi ini menjadi ruang interaksi yang aktif, di mana anggota dapat saling berbagi informasi, pengalaman, serta ajakan untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial.

Dalam konteks ini, WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana penyebaran nilai dan penguatan perilaku sosial. Informasi mengenai kegiatan sosial, seperti penggalangan dana atau donasi, dapat dengan cepat tersebar kepada seluruh anggota. Hal ini memudahkan individu untuk mengetahui dan terlibat dalam aksi sosial yang dilakukan oleh komunitas.

Selain itu, interaksi yang terjadi di dalam grup juga memiliki peran penting dalam membentuk kesadaran individu. Anggota tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga terlibat dalam diskusi, memberikan respon, serta berbagi

pengalaman pribadi. Ketika seseorang melihat anggota lain berpartisipasi dalam kegiatan sosial, hal tersebut dapat menimbulkan dorongan untuk ikut serta, baik karena rasa empati, solidaritas, maupun keinginan untuk berkontribusi.

Adanya komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus menciptakan lingkungan sosial yang mendukung terbentuknya kebiasaan positif. Lingkungan komunitas yang aktif dalam kegiatan sosial secara tidak langsung membentuk norma bahwa membantu sesama adalah sesuatu yang penting dan bernilai. Norma ini kemudian diinternalisasi oleh anggota, sehingga mempengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Menariknya, peran komunitas dalam penelitian ini tidak selalu bersifat terstruktur atau formal. Aksi sosial seringkali muncul dari inisiatif individu yang kemudian mendapat dukungan dari anggota lain. Hal ini menunjukkan bahwa komunitas berfungsi sebagai ruang yang mendorong dan memperkuat tindakan sosial, meskipun tidak selalu diorganisir secara sistematis.

Media komunikasi seperti WhatsApp dan interaksi antar anggota dalam komunitas memiliki peran yang sangat penting dalam proses terbentuknya kesadaran sosial dan spiritual. Melalui penyebaran informasi, interaksi sosial, serta penguatan nilai secara berkelanjutan, komunitas fandom menjadi lingkungan yang mampu membentuk individu yang lebih peduli, empati, dan reflektif.

Proses terbentuknya kesadaran sosial dan spiritual melalui aksi sosial fandom yang telah dijelaskan sebelumnya dapat dipahami lebih dalam melalui beberapa teori yang relevan. Salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan fenomena ini adalah teori aksi sosial yang dikemukakan oleh Max

Weber. Menurut Weber, setiap tindakan individu memiliki makna subjektif dan diarahkan kepada orang lain. Dalam konteks penelitian ini, aksi sosial yang dilakukan oleh anggota fandom tidak hanya merupakan tindakan spontan, tetapi dilandasi oleh makna sosial, seperti keinginan untuk membantu, rasa empati, dan tanggung jawab terhadap sesama. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas dalam fandom dapat berkembang menjadi tindakan sosial yang bermakna.

Selanjutnya, proses terbentuknya perilaku sosial dalam komunitas juga dapat dijelaskan melalui teori social learning yang dikemukakan oleh Albert Bandura. Teori ini menjelaskan bahwa individu belajar melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain. Dalam Grup WhatsApp Army South Borneo, anggota tidak hanya menerima informasi, tetapi juga mengamati dan meniru tindakan anggota lain yang terlibat dalam aksi sosial. Ketika seseorang melihat anggota lain melakukan donasi atau kegiatan kemanusiaan, hal tersebut dapat memunculkan dorongan untuk melakukan hal yang sama. Proses ini menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku individu.

Konsep *participatory culture* yang dikemukakan oleh Henry Jenkins relevan dalam menjelaskan fenomena dalam penelitian ini. Jenkins menyatakan bahwa dalam budaya partisipatif, individu tidak lagi hanya berperan sebagai konsumen, tetapi juga sebagai partisipan aktif yang terlibat dalam berbagai aktivitas. Dalam konteks penelitian ini, fandom ARMY tidak hanya berfungsi sebagai kelompok penggemar, tetapi juga berkembang menjadi komunitas yang aktif dalam kegiatan sosial. Keterlibatan anggota dalam aksi sosial menunjukkan

bahwa mereka tidak sekadar mengikuti, tetapi turut berkontribusi secara nyata dalam aktivitas yang dilakukan bersama.

Melalui partisipasi tersebut, anggota fandom memiliki kesempatan untuk terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan sosial, seperti donasi dan penggalangan dana. Keterlibatan ini memberikan pengalaman nyata yang kemudian berkontribusi terhadap pembentukan kesadaran sosial dan spiritual. Dengan kata lain, partisipasi dalam komunitas tidak hanya bersifat aktivitas eksternal, tetapi juga menjadi proses internal yang mempengaruhi cara pandang dan nilai yang dimiliki individu.

Selain itu, Jenkins juga menjelaskan bahwa budaya partisipatif dapat membentuk *collective identity* atau identitas kolektif dalam suatu komunitas. Temuan dalam penelitian ini mendukung konsep tersebut, dimana interaksi yang terjadi dalam Grup WhatsApp membangun rasa kebersamaan dan solidaritas di antara anggota. Komunikasi yang berlangsung secara intens, ajakan untuk berpartisipasi, serta berbagi pengalaman dalam kegiatan sosial secara tidak langsung membentuk kesadaran kolektif yang mendorong anggota untuk terlibat dalam aksi sosial secara sukarela.

Budaya partisipatif juga memberikan ruang bagi anggota untuk belajar nilai-nilai sosial melalui pengalaman bersama. Dalam penelitian ini, keterlibatan dalam aksi sosial tidak hanya meningkatkan kepedulian terhadap sesama, tetapi juga berkontribusi terhadap pembentukan kesadaran spiritual. Proses berbagi, membantu, dan berkontribusi dalam kegiatan sosial memungkinkan anggota untuk

menginternalisasi nilai-nilai seperti empati, tanggung jawab, serta makna kebermanfaatan dalam kehidupan.

Teori *participatory culture* dari Henry Jenkins dapat menjelaskan bahwa aktivitas fandom tidak hanya berkaitan dengan konsumsi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai media pembelajaran sosial dan spiritual. Hal ini memperkuat temuan penelitian bahwa aksi sosial dalam fandom ARMY berperan dalam membentuk kesadaran sosial dan spiritual anggota melalui proses partisipasi, interaksi, dan pengalaman kolektif dalam komunitas.

Dengan demikian, ketiga teori tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan hasil penelitian ini. Teori aksi sosial menjelaskan makna dibalik tindakan, teori social learning menjelaskan proses terbentuknya perilaku melalui interaksi, dan konsep participatory culture menjelaskan peran komunitas sebagai ruang partisipasi. Ketiganya menunjukkan bahwa aksi sosial dalam fandom tidak terjadi secara kebetulan, melainkan merupakan hasil dari interaksi antara individu, lingkungan sosial, dan nilai-nilai yang berkembang dalam komunitas.

Pemahaman teoritis tersebut kemudian diperkuat oleh hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap 50 responden anggota Grup WhatsApp Army South Borneo, diperoleh bahwa aksi sosial fandom ARMY memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran sosial dan spiritual. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji regresi yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ serta nilai t hitung sebesar 3,440 yang lebih besar dari t tabel 2,011, sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Selain itu, hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan $Y = 24,641 + 0,911(X)$, yang berarti setiap peningkatan satu satuan pada variabel aksi sosial akan diikuti dengan peningkatan kesadaran sosial dan spiritual sebesar 0,911. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,198 menunjukkan bahwa aksi sosial memberikan kontribusi yang relatif terbatas sebesar 19,8% terhadap kesadaran sosial dan spiritual, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan anggota dalam aksi sosial fandom tidak hanya berdampak pada aktivitas sosial semata, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk kesadaran sosial dan spiritual individu. Dengan demikian, semakin tinggi partisipasi anggota dalam kegiatan sosial yang dilakukan oleh fandom, maka semakin tinggi pula tingkat kepedulian sosial serta kesadaran spiritual yang dimiliki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aksi sosial fandom ARMY memiliki pengaruh signifikan terhadap kesadaran sosial dan spiritual anggota. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nawan Sumardiono (2022) yang menyatakan bahwa aktivisme digital melalui platform Twitter mampu meningkatkan partisipasi sosial anggota fandom serta memperkuat solidaritas di antara mereka. Dalam konteks penelitian ini, meskipun media yang digunakan berbeda, yaitu melalui Grup WhatsApp, hasil yang diperoleh menunjukkan kesamaan bahwa aktivitas dalam komunitas fandom mampu mendorong keterlibatan sosial individu. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi lebih

lanjut dengan tidak hanya melihat aktivitas sosial sebagai bentuk partisipasi, tetapi juga mengkaji dampaknya terhadap kesadaran sosial dan spiritual individu.

Selanjutnya, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Priscilla Kim (2021) yang menyatakan bahwa fandom BTS (ARMY) memiliki karakteristik sebagai gerakan sosial yang mampu melakukan mobilisasi kolektif dan mendorong perubahan sosial. Dalam penelitian ini, temuan tersebut diperkuat melalui adanya keterlibatan anggota dalam berbagai aksi sosial yang tidak hanya bersifat kolektif, tetapi juga berdampak pada individu secara personal. Jika penelitian Priscilla Kim lebih menekankan pada posisi fandom sebagai kekuatan sosial dalam skala makro, maka penelitian ini memberikan perspektif mikro dengan menunjukkan bagaimana aksi sosial tersebut mempengaruhi kesadaran sosial dan spiritual anggota secara individu.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Fitria Hani Aprina, Abdul Firman Ashaf, dan Andi Windah (2024) juga menunjukkan bahwa aktivitas sosial dalam fandom K-Pop, khususnya NCTzen, memberikan dampak positif bagi masyarakat melalui pemanfaatan media sosial. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa fandom tidak hanya berperan sebagai komunitas hiburan, tetapi juga sebagai agen sosial yang aktif. Namun, penelitian ini memperluas temuan tersebut dengan menekankan bahwa dampak dari aktivitas sosial tidak hanya dirasakan oleh masyarakat luas, tetapi juga oleh individu dalam bentuk peningkatan kesadaran sosial dan spiritual.

Penelitian Nicho Farhan Daroini dan Khusnul Ainia Aprilinda (2023) menunjukkan bahwa fanbase dapat menjadi media yang efektif dalam

mengorganisasi penggalangan dana serta mendorong partisipasi sosial di kalangan generasi muda. Hasil penelitian ini memperkuat temuan tersebut dengan menunjukkan bahwa efektivitas fanbase tidak hanya terletak pada keberhasilan penggalangan dana, tetapi juga pada dampaknya terhadap pembentukan nilai-nilai sosial dan spiritual individu. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi tambahan dengan mengkaji dimensi internal individu yang sebelumnya belum banyak dibahas dalam penelitian terkait.

Berdasarkan hasil penelitian serta perbandingan dengan penelitian terdahulu, temuan ini menunjukkan bahwa aksi sosial dalam fandom memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar aktivitas sosial biasa. Aksi sosial yang dilakukan oleh anggota fandom ARMY tidak hanya dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi dalam kegiatan kemanusiaan, tetapi juga sebagai proses pembentukan nilai dan kesadaran dalam diri individu.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa fandom telah mengalami pergeseran fungsi. Jika sebelumnya fandom lebih dikenal sebagai komunitas yang berfokus pada hiburan, maka dalam konteks ini fandom juga berperan sebagai ruang sosial yang memiliki fungsi edukatif dan transformatif. Melalui keterlibatan dalam aksi sosial, anggota fandom tidak hanya menjadi penggemar, tetapi juga menjadi individu yang aktif dalam kegiatan sosial serta memiliki kesadaran yang lebih tinggi terhadap lingkungan sekitarnya.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pembentukan kesadaran sosial dan spiritual tidak terjadi secara instan, melainkan melalui proses yang berkelanjutan. Pengalaman langsung dalam melakukan aksi sosial, interaksi dalam komunitas,

serta refleksi diri setelah melakukan kegiatan tersebut menjadi faktor utama dalam membentuk kesadaran individu. Proses ini menunjukkan bahwa perubahan yang terjadi bukan hanya pada tingkat perilaku, tetapi juga pada cara pandang dan pemaknaan individu terhadap kehidupan.

Temuan dalam penelitian ini juga mengungkap bahwa aksi sosial dalam fandom tidak selalu dilakukan secara terorganisir atau terstruktur. Dalam banyak kasus, aksi sosial justru muncul dari inisiatif pribadi anggota yang terinspirasi oleh nilai-nilai yang berkembang dalam komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh komunitas tidak selalu bersifat langsung, tetapi dapat terjadi melalui proses internalisasi nilai yang kemudian diwujudkan dalam tindakan individu.

Dari sisi spiritual, keterlibatan dalam aksi sosial juga memberikan dampak yang signifikan terhadap kesadaran batin individu. Aktivitas sosial yang dilakukan mendorong munculnya refleksi diri, rasa syukur, serta pemahaman bahwa membantu sesama memiliki makna yang lebih dalam. Dengan demikian, aksi sosial tidak hanya berdampak pada hubungan antar manusia, tetapi juga pada hubungan individu dengan nilai-nilai yang diyakininya.

Aksi sosial fandom memiliki peran yang kompleks dan multidimensional. Aksi tersebut tidak hanya membentuk perilaku sosial, tetapi juga berkontribusi dalam membangun kesadaran yang lebih dalam, baik secara sosial maupun spiritual. Temuan ini menegaskan bahwa komunitas fandom dapat menjadi ruang alternatif dalam proses pembentukan karakter dan nilai, khususnya di era digital saat ini.

Salah satu temuan menarik dalam penelitian ini adalah bahwa aksi sosial dalam fandom tidak selalu bersifat terorganisir secara formal atau terstruktur dalam suatu sistem yang jelas. Berbeda dengan gerakan sosial pada umumnya yang memiliki struktur organisasi dan pembagian peran yang sistematis, aksi sosial dalam komunitas fandom ARMY cenderung muncul secara fleksibel dan spontan.

Dalam konteks penelitian ini, banyak anggota yang terlibat dalam aksi sosial bukan karena adanya kewajiban atau tekanan dari komunitas, melainkan karena dorongan internal yang terbentuk melalui interaksi dalam kelompok. Informasi mengenai kegiatan sosial yang dibagikan dalam grup, pengalaman anggota lain, serta nilai-nilai yang berkembang dalam komunitas secara tidak langsung membentuk kesadaran individu untuk ikut berpartisipasi.

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh komunitas tidak selalu bekerja secara langsung melalui instruksi atau koordinasi formal, tetapi melalui proses internalisasi nilai yang berlangsung secara perlahan. Individu menyerap nilai-nilai kepedulian, empati, dan solidaritas dari lingkungan komunitas, yang kemudian diwujudkan dalam tindakan nyata secara mandiri. Dengan demikian, aksi sosial dalam fandom dapat dipahami sebagai hasil dari kesadaran individu yang terbentuk melalui pengalaman sosial, bukan semata-mata karena dorongan eksternal.

Temuan ini memberikan perspektif baru bahwa komunitas digital, khususnya fandom, memiliki cara kerja yang berbeda dalam membentuk perilaku sosial. Pengaruh yang dihasilkan tidak selalu terlihat secara struktural, tetapi justru lebih kuat pada tingkat personal, di mana individu secara sukarela mengadopsi nilai-nilai yang berkembang dalam komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa

kekuatan utama fandom terletak pada kemampuannya dalam membentuk kesadaran individu secara tidak langsung, namun berkelanjutan.

Dengan demikian, insight dari penelitian ini menegaskan bahwa aksi sosial dalam fandom bukan hanya hasil dari koordinasi kelompok, tetapi juga merupakan refleksi dari kesadaran individu yang terbentuk melalui interaksi sosial dalam komunitas digital.

Berdasarkan keseluruhan hasil dan analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aksi sosial dalam fandom ARMY tidak hanya berfungsi sebagai bentuk partisipasi sosial semata, tetapi juga sebagai proses yang berperan dalam membentuk kesadaran sosial dan spiritual individu. Keterlibatan dalam kegiatan sosial memberikan pengalaman langsung yang memungkinkan individu untuk memahami, merasakan, dan merefleksikan nilai-nilai kemanusiaan dalam kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas fandom memiliki peran yang lebih luas daripada sekadar ruang hiburan. Fandom dapat menjadi lingkungan sosial yang mendukung terbentuknya perilaku positif melalui interaksi, pengalaman bersama, serta proses internalisasi nilai yang berlangsung secara berkelanjutan. Dalam hal ini, aksi sosial yang dilakukan tidak hanya berdampak pada lingkungan sekitar, tetapi juga memberikan pengaruh terhadap perkembangan kesadaran individu secara lebih mendalam.

Selain itu, penelitian ini juga mengungkap bahwa pembentukan kesadaran tidak selalu terjadi melalui proses yang terstruktur, melainkan dapat berkembang secara alami melalui interaksi dalam komunitas. Hal ini menunjukkan bahwa

kekuatan fandom tidak hanya terletak pada aktivitas kolektifnya, tetapi juga pada kemampuannya dalam membentuk kesadaran individu secara tidak langsung.

Dengan demikian, aksi sosial fandom dapat dipahami sebagai fenomena yang memiliki dimensi sosial dan spiritual secara bersamaan. Temuan ini menegaskan bahwa komunitas digital, khususnya fandom, memiliki potensi sebagai ruang alternatif dalam membentuk nilai, kesadaran, dan karakter individu di era modern. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas kajian mengenai fandom, khususnya dalam melihat perannya tidak hanya sebagai komunitas hiburan, tetapi juga sebagai agen pembentukan nilai dalam masyarakat.

1. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasilnya.

- a. penelitian hanya dilakukan pada anggota ARMY South Borneo yang tergabung dalam satu grup *WhatsApp*. Dengan demikian, hasil penelitian belum tentu sepenuhnya mewakili seluruh komunitas ARMY di daerah lain yang mungkin memiliki karakter, budaya, dan tingkat partisipasi sosial yang berbeda.
- b. data diperoleh melalui kuesioner dengan teknik pengisian mandiri. Cara ini memang memudahkan pengumpulan data, namun berpotensi menimbulkan bias jawaban karena responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap baik atau sesuai harapan, bukan sepenuhnya

berdasarkan kondisi sebenarnya. Hal ini dapat mempengaruhi tingkat akurasi dalam menggambarkan kesadaran sosial dan spiritual mereka.

- c. penelitian ini hanya menggunakan desain kuantitatif dengan pendekatan regresi sederhana. Pendekatan ini memang mampu menunjukkan adanya hubungan dan pengaruh, tetapi belum mampu menjelaskan secara mendalam bagaimana proses pengaruh tersebut terjadi di dalam kehidupan sehari-hari anggota *fandom*. Wawancara mendalam atau observasi langsung mungkin akan memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang dinamika aksi sosial dan pembentukan kesadaran spiritual.
- d. variabel yang diteliti terbatas pada aksi sosial dan kesadaran sosial–spiritual. Padahal, ada kemungkinan faktor lain seperti pengaruh keluarga, lingkungan sekolah, pengalaman organisasi, atau aktivitas keagamaan di luar *fandom* yang juga ikut mempengaruhi tingkat kesadaran responden. Karena variabel tersebut tidak diteliti, pengaruhnya belum bisa dijelaskan dalam penelitian ini.
- e. waktu penelitian yang relatif singkat membuat peneliti belum dapat melihat perubahan kesadaran sosial dan spiritual dalam jangka panjang. Padahal, kesadaran tersebut bisa saja berubah seiring bertambahnya pengalaman dan aktivitas anggota dalam komunitas.

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa aksi sosial *fandom* ARMY South Borneo berpengaruh terhadap kesadaran sosial dan spiritual anggotanya. Hasil regresi menunjukkan bahwa setiap

peningkatan partisipasi dalam aksi sosial diikuti oleh peningkatan tingkat kesadaran sosial dan spiritual. Hal ini berarti bahwa semakin aktif anggota terlibat dalam kegiatan seperti donasi, penggalangan dana, dukungan kemanusiaan, dan kampanye sosial, semakin tinggi pula rasa empati, tanggung jawab sosial, serta kesadaran nilai-nilai spiritual dalam diri mereka.

Temuan ini sejalan dengan teori *participatory culture* Henry Jenkins, yang menyatakan bahwa komunitas *fandom* memberikan ruang partisipasi aktif bagi anggotanya. Dalam konteks ARMY South Borneo, partisipasi tersebut tidak hanya terbatas pada aktivitas dukungan terhadap idola, tetapi meluas pada kegiatan sosial yang memberikan manfaat bagi masyarakat. Melalui proses komunikasi, koordinasi, dan pengalaman berbagi di dalam grup *WhatsApp*, anggota belajar membangun solidaritas, kepedulian, dan makna spiritual.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa aksi sosial *fandom* berfungsi sebagai media pembelajaran sosial. Nilai kemanusiaan tidak hanya dipahami secara konsep, tetapi dialami langsung melalui kegiatan berbagi. Hal ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menilai bahwa komunitas digital dapat menjadi agen perubahan sosial. Namun, penelitian ini menambahkan perspektif baru bahwa pengalaman sosial dalam *fandom* juga ikut mempengaruhi aspek spiritual individu.

Dengan demikian, jawaban atas rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bahwa aksi sosial *fandom* ARMY South Borneo memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesadaran sosial dan spiritual anggotanya, baik melalui

pengalaman berpartisipasi, interaksi dalam komunitas, maupun proses refleksi nilai yang muncul dari kegiatan sosial yang dilakukan secara bersama-sama.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke komunitas ARMY di wilayah lain, serta menambahkan metode wawancara agar pemahaman mengenai pengalaman spiritual dan sosial anggota dapat tergali lebih mendalam.