

**ABSTRAK****HUBUNGAN ANTARA ADIKSI MEDIA SOSIAL DAN MOTIVASI *HATE SPEECH* PADA RELAWAN CALON PRESIDEN X MENJELANG PEMILU TAHUN 2024**

Risha Asfrillah  
Program Studi Psikologi

Media sosial pada dasarnya memiliki fungsi yang sama yaitu untuk mendapatkan dan memberikan informasi tentang segala hal. Bukan sekedar untuk sarana komunikasi tapi lebih luas pada kebutuhan pekerjaan, bisnis, sumber belajar bahkan kepentingan politik dan lain sebagainya. Namun tanpa disadari penggunaan media sosial ternyata telah menghasilkan dampak negatif seperti adiksi media sosial karena penggunaan yang berlebihan dan munculnya fenomena *hate speech*. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara adiksi media sosial dengan motivasi *hate speech* pada relawan pendukung calon Presiden X menjelang Pemilu tahun 2024. Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode korelasional. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*, dan didapat 111 orang yang memenuhi kriteria sampel. Alat ukur adiksi media sosial dengan ( $\alpha$ ) = 0,920 terdapat sebanyak 12 item valid, sedangkan alat ukur motivasi *hate speech* dengan ( $\alpha$ ) = 0,913 untuk 24 item valid. Hasil uji korelasi dengan analisis korelasi Pearson atau *Product Moment Correlation* menunjukkan nilai sig 0,00 ( $<0,05$ ), maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel adiksi media sosial dengan variabel motivasi *hate speech*, dengan nilai korelasi sebesar 0,460 atau korelasi bersifat positif dengan tingkat hubungan yang cukup kuat. Artinya, semakin tinggi adiksi media sosial, akan semakin tinggi juga motivasi *hate speech* seseorang, begitupun sebaliknya. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa mayoritas responden memiliki adiksi media sosial dan motivasi *hate speech* yang rendah dengan persentase 56,8% untuk masing-masing variabel.

Kata Kunci: Adiksi Media Sosial, Motivasi *Hate Speech*, Pemilu 2024.

**ABSTRACT*****CORRELATION BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND HATE SPEECH MOTIVATION IN VOLUNTEERS FOR PRESIDENTIAL CANDIDATE X AHEAD OF 2024 ELECTIONS.***

*Risha Asfrillah  
Faculty of Psychology*

*Social media basically has the same function, namely to get and provide information about everything. Not just for means of communication but more broadly to the needs of work, business, learning resources and even political interests and so on. However, without realizing it, the use of social media has actually produced negative impacts such as addiction to social media due to excessive use and the emergence of hate speech phenomena. The aim of this study was to determine the relationship between social media addiction and hate speech motivation in volunteers supporting candidate for President X ahead of the 2024 election. The research design used a descriptive quantitative approach with a correlational method. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling, and obtained 111 people who met the sample criteria. The social media addiction measuring tool with  $(\alpha) = 0.920$  has 12 valid items, while the hate speech motivational measuring tool with  $(\alpha) = 0.913$  for 24 valid items. The results of the correlation test with Pearson correlation analysis or Product Moment Correlation showed a sig value of 0.00 ( $<0.05$ ), so there was a significant relationship between social media addiction and hate speech motivation variables, with a correlation value of 0.460 or a positive correlation with strong relationship level. This means that the higher the addiction to social media, the higher the motivation for hate speech will be, and vice versa. In this study, it was found that the majority of respondents had social media addiction and low hate speech motivation with a percentage of 56.8% for each variable.*

*Keywords: Social Media Addiction, Hate Speech Motivation, Election 2024.*