

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat perbedaan *social comparison* pada pengguna media sosial ditinjau berdasarkan generasi Y dan Z. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif. Metode pengumpulan data menggunakan skala *social comparison* yang disusun oleh peneliti sendiri berdasarkan teori Festinger. Jumlah item yang valid terdiri 24 item dan diperoleh nilai reliabilitas 0.883. Responden dalam penelitian ini berjumlah 384 orang, yang terdiri dari 192 generasi Y dan 192 generasi Z, menggunakan media sosial *Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube*, dan berasal dari Aceh Utara. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini termasuk *non-probability sampling* yaitu *incidental sampling*. Analisis data menggunakan uji *Man Whitney U-Test* dengan hasil sig sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan antara generasi Y dan Generasi Z. Generasi Z yang memiliki *social comparison* yang tinggi cenderung membandingkan diri di media sosial dan hal ini berdampak negatif, dari segi psikologis dapat menurunkan harga diri karena membandingkan diri dengan orang yang lebih sukses atau unggul dari dirinya sehingga dapat memicu perasaan *insecure*, iri hati dan rendah diri.

Kata Kunci : *Social Comparison*, Media Sosial, Generasi Y, Generasi Z