

## Crab Mentality dalam Lingkungan Sosial: Mengenali, Memahami, dan Mengubahnya

Firni Eka Desria<sup>1</sup>, Ahmad Ridfah<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar, Jl. Andi Pangeran Pettarani., Tidung, Kec. Rappocini, Makassar.  
Frnyyyed@gmail.com

### Abstract

Crab mentality is a destructive social behavior pattern that arises due to envy of other people's achievements, where individuals tend to belittle people who are more successful than themselves. This phenomenon can affect social relationships and personal development. This activity aims to raise awareness about crab mentality through social media-based psychoeducation, especially Instagram, by distributing educational posters. The posters consisting of five parts were distributed for one week. After distribution, respondents who liked the posts were asked to fill out a survey form to evaluate the understanding and effectiveness of the posters. A total of 113 people responded to the posters, and 50 people filled out the survey. The survey results showed that 92% of respondents felt that the posters were interesting, understandable, and 60% of respondents felt related to their personal experiences. In addition, 60% of respondents felt better able to recognize crab mentality behavior in themselves and others. These findings indicate that social media-based psychoeducation, such as Instagram, can be a means of disseminating educational information and changing social mindsets, especially in overcoming negative behaviors such as crab mentality.

**Keywords:** Crab Mentality, Instagram, Psychoeducation.

### Abstrak

*Crab mentality* merupakan pola perilaku sosial destruktif yang muncul akibat iri hati terhadap pencapaian orang lain, di mana individu cenderung merendahkan orang yang lebih sukses daripada dirinya. Fenomena ini dapat mempengaruhi hubungan sosial dan perkembangan pribadi. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang *crab mentality* melalui psikoedukasi berbasis media sosial, khususnya Instagram, dengan menyebarkan poster edukatif. Poster yang terdiri dari lima bagian ini disebarakan selama satu pekan. Setelah penyebaran, responden yang menyukai postingan diminta untuk mengisi formulir survei untuk mengevaluasi pemahaman dan efektivitas poster. Sebanyak 113 orang merespons poster, dan 50 orang mengisi survei. Hasil survei menunjukkan bahwa sebanyak 92% responden merasa bahwa poster tersebut menarik, dapat dipahami, dan 60% responden merasa *related* dengan pengalaman pribadi mereka. Selain itu, 60% responden merasa lebih mampu mengenali perilaku *crab mentality* dalam diri mereka maupun orang lain. Temuan ini menunjukkan bahwa psikoedukasi berbasis media sosial, seperti Instagram, dapat menjadi sarana dalam menyebarkan informasi edukatif dan mengubah pola pikir sosial, khususnya dalam mengatasi perilaku negatif seperti *crab mentality*.

**Kata kunci:** *Crab mentality*, Instagram, Psikoedukasi.

Copyright (c) 2025 Firni Eka Desria, Ahmad Ridfah

✉ Corresponding author: Firni Eka Desria

Email Address: Frnyyyed@gmail.com (Jl. Andi Pangeran Pettarani, Makassar, Sulawesi Selatan)

Received 11 May 2025, Accepted 17 May 2025, Published 23 May 2025

## PENDAHULUAN

Iri hati adalah emosi negatif yang umum terjadi dalam kehidupan sosial dan dapat dialami oleh siapa saja. Rasa ini muncul ketika seseorang merasa tidak nyaman terhadap kelebihan atau pencapaian yang dimiliki orang lain, terlebih ketika pencapaian tersebut dianggap sebagai ancaman atau persaingan. Salah satu bentuk perilaku sosial destruktif yang muncul akibat iri hati adalah *crab mentality* (Indriyani dkk, 2023). *Crab mentality* adalah sebuah konsep yang dapat diibaratkan seperti sebuah wadah yang diisi dengan kepiting. Ketika seekor kepiting mulai memanjat dan hampir lepas, kepiting-kepiting lainnya secara naluriah berusaha menangkap dan menariknya ke bawah sehingga tidak ada yang bisa

lolos (Indriyani dkk. 2023). *Crab mentality* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan pola pikir di mana individu berusaha menjatuhkan orang lain yang sedang atau telah mencapai kesuksesan, alih-alih memberikan dukungan. Fenomena ini dianalogikan seperti sekumpulan kepiting dalam ember: ketika satu kepiting mencoba memanjat keluar, kepiting lainnya akan menariknya kembali ke bawah, sehingga tidak ada yang berhasil keluar (Fitriadi, 2023).

*Crab mentality* adalah pola perilaku di mana seseorang mencoba merendahkan orang lain yang menunjukkan kinerja lebih baik daripada dirinya sendiri (Aydin & Oyuzhan, 2019). *Crab mentality* membenci pencapaian yang didapatkan oleh orang-orang di sekitar mereka. Hal seperti ini menyebabkan seseorang terus-menerus merasa kurang dari orang lain dan mengarah pada perbandingan dengan mereka yang tampaknya telah mencapai lebih banyak atau lebih baik. Pola pikir ini muncul dari keyakinan bahwa mereka perlu menyamai atau melampaui orang-orang yang mereka anggap lebih tinggi dari mereka. Akibatnya, menjadi sulit untuk merayakan keberhasilan orang lain (Sauri dkk, 2023).

*Crab mentality* mengacu pada situasi di mana individu merespons dengan buruk terhadap mereka yang membuat kemajuan. Perilaku ini lebih jauh dicirikan oleh kecenderungan seseorang untuk menjatuhkan orang lain ketika mereka sendiri tidak dapat maju (Molu dkk, 2021). Orang dapat mengembangkan pandangan pesimis tentang kejadian di sekitar mereka dan tindakan orang-orang yang terlibat, tetapi mereka mungkin tidak berbagi perasaan ini dengan siapa pun atau bahkan memahami apa yang sebenarnya mereka maksud (Surnak, 2024). Selama fase emosional, individu mulai mengarahkan sentimen yang tidak menguntungkan kepada orang-orang di sekitar mereka. Akhirnya, dalam fase perilaku, individu mungkin menunjukkan kecenderungan kompetitif dan juga dapat menunjukkan tindakan berbahaya yang bertujuan untuk melemahkan orang lain (Surnak, 2024). Biasanya, gosip jahat juga memiliki kualitas ini, yang menggambarkan karakter seseorang secara negatif. Gagasan ini mencerminkan fenomena menarik yang terjadi di dalam seember kepiting ketika seekor kepiting mencoba melepaskan diri, kepiting - kepiting lainnya akan menariknya kembali ke bawah alih-alih membiarkannya lolos (Fitriadi, 2023).

*Crab mentality* mengacu pada sikap destruktif yang dipicu oleh kecemburuan dan keegoisan terhadap pencapaian orang lain. *Crab mentality* ini dapat digambarkan sebagai kecenderungan individu untuk mencoba "menjatuhkan" mereka yang lebih unggul dari dirinya (Rahmawati & Asbari, 2023). Mereka yang menunjukkan *crab mentality* beroperasi dengan keyakinan bahwa "jika saya tidak dapat menikmatinya, maka orang lain pun tidak boleh menikmatinya." Individu dengan pola pikir ini sering merasa tidak mampu dan terus-menerus membandingkan diri mereka dengan mereka yang tampak lebih berprestasi. Hal ini terjadi karena mereka berjuang dengan gagasan tentang perlunya menjadi setara atau lebih unggul dari mereka yang mereka anggap lebih sukses (Rahmawati & Asbari, 2023). Akibatnya, pola pikir ini membuat mereka sulit untuk mengakui dan merayakan kemenangan orang lain. Intinya, akan selalu ada individu yang mencapai kesuksesan yang lebih besar, dan mengakui kemenangan mereka dapat menjadi inspirasi, yang mendorong pertumbuhan pribadi. Namun, niat untuk

mengungguli orang lain dengan merendahkan mereka dapat sangat merusak dan akhirnya menghalangi perjalanan seseorang menuju kesuksesan (Rahmawati & Asbari, 2023).

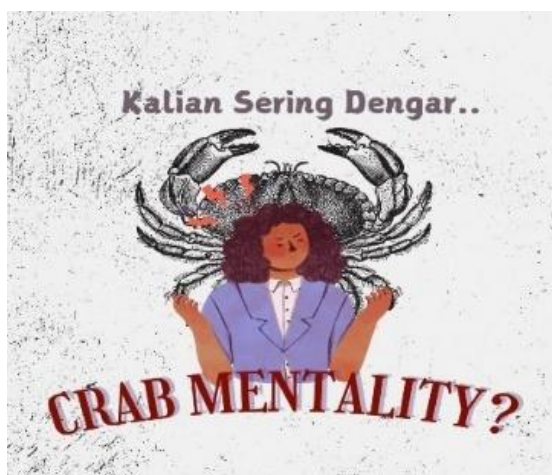
Sebagai upaya untuk mengatasi dan mencegah penyebaran pola pikir *crab mentality* perlu dilakukan intervensi melalui psikoedukasi berbasis media sosial. Psikoedukasi ini memberikan pemahaman yang lebih luas tentang apa itu *crab mentality*, bagaimana gejalanya muncul, dampaknya, dan bagaimana cara mengatasinya secara positif. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap perilaku *crab mentality* dan cara mencegahnya melalui psikoedukasi berbasis media sosial. Selain itu juga bertujuan untuk mengedukasi individu untuk lebih mendukung dan menghargai pencapaian orang lain, serta mengembangkan pola pikir yang kompetitif secara positif dan menumbuhkan sikap empati, penghargaan sosial, dan solidaritas dalam kehidupan sosial.

## **METODE**

Kegiatan psikoedukasi dilaksanakan dengan menggunakan media sosial sebagai platform utama. Pendekatan yang dipilih adalah penyebaran poster edukatif melalui akun Instagram @frnyed yang bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai pengertian, ciri-ciri, dampak, serta strategi untuk mengatasi perilaku *crab mentality*. Kegiatan ini dapat menjangkau audiens yang luas, khususnya generasi muda, dan mengedukasi mereka tentang dampak negatif dari pola pikir tersebut. Proses pelaksanaan kegiatan ini terdiri dari beberapa tahap yang meliputi pembuatan materi, distribusi melalui media sosial, serta evaluasi untuk mengukur efektivitas dari penyebaran informasi tersebut. Penjelasan lebih lanjut mengenai metode yang digunakan dapat dilihat pada sub-bagian berikut.

### **Media dan Materi**

Kegiatan dilakukan melalui penyebaran poster edukatif di akun instagram @frnyed selama 29 April – 6 Mei. Materi poster mencakup pengertian, ciri – ciri, dampak, dan strategi mengatasi *crab mentality*. Berikut poster yang telah disebar:



Gambar 1. Poster Psikoedukasi 1



Gambar 2. Poster Psikoedukasi 2



Gambar 3. Poster Psikoedukasi 3



Gambar 4. Poster Psikoedukasi 4



Gambar 5. Poster Psikoedukasi 5



Gambar 6. Sebaran Poster di Feed Instagram

### Teknik Pelaksanaan

Poster dibagikan melalui instagram *story* dan *feed*. Peserta diajak untuk membaca konten dan mengisi tautan evaluasi yang tersedia. Terpantau sebanyak 278 akun yang dijangkau, 669 tayangan, dan mendapatkan beberapa respon seperti *like* sebanyak 114, dan *share* sebanyak dua kali. Setelah itu *google form* dibagikan pada responden yang memberikan *like* melalui *direct message* dan sebanyak 50 responden mengisi *google form* yang diberikan yang terdiri dari mahasiswa dan masyarakat umum. Dengan rentang usia 18 – 30 tahun.

### Evaluasi dan Instrumen

Formulir terdiri dari 6 pertanyaan, termasuk aspek pemahaman konsep, refleksi pribadi, dan niat perubahan sikap. Adapun pertanyaan dari *google form* meliputi: apakah tampilan daripada poster psikoedukasi menarik bagi Anda?, Apakah Anda memahami isi daripada poster psikoedukasi tersebut?, Apakah anda *related* dengan poster psikoedukasi ini pernah atau tengah merasa mengalami *crab mentality*?, Setelah menyimak poster apakah anda merasa lebih mampu mengenali perilaku *crab mentality* dalam diri sendiri atau orang lain?, Apakah poster ini mendorong anda untuk mengurangi

sikap iri, menjatuhkan, atau tidak suka melihat orang lain sukses?, Apakah poster psikoedukasi ini bermanfaat dan memberikan informasi yang cukup kepada anda? Adapun pilihan jawaban dari pertanyaan tersebut yaitu Ya, Tidak, dan Mungkin. Data dianalisis secara deskriptif menggunakan presentase dan interpretasi tematik untuk tanggapan terbuka.

## HASIL DAN DISKUSI

Poster psikoedukasi mulai disebarakan pada tanggal 29 April – 6 Mei. Terdapat 113 orang yang menyukai postingan pada instagram, kemudian 113 orang yang menyukai postingan diberikan formulir survei melalui *direct message*. Namun hanya terdapat 50 orang yang mengisi formulir survei. Adapun lampiran data dari partisipan yang mengisi survei yaitu:

1. Presentasi usia subjek yang mengisi formulir survei dimulai dari 18 tahun sebanyak 2 orang, 20 tahun sebanyak 1 orang, 21 tahun sebanyak 1 orang, 22 tahun sebanyak 23 orang, 23 tahun sebanyak 19 orang, 26 tahun sebanyak 2 orang, 27 tahun sebanyak 1 orang, 30 tahun sebanyak 1 orang.
2. Responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 10 orang, sedangkan subjek dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 40 orang.
3. Responden dengan suku bugis 34 orang, Buton 3 orang, Jawa 1 orang, Luwu 1 orang, Makassar 5 orang, Mandar 5 orang, dan Toraja 1 orang.
4. Responden yang berstatus Menikah 6 orang, subjek dengan status Belum Menikah sebanyak 44 orang.

Tabel 1. Ringkasan hasil survei psikoedukasi crab mentality

No	Pertanyaan	Kategori Jawaban	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Apakah tampilan poster psikoedukasi menarik bagi Anda?	Ya	42	<b>84</b>
		Mungkin	8	<b>16</b>
2	Apakah Anda memahami isi dari poster psikoedukasi?	Ya	43	<b>86</b>
		Mungkin	7	<b>14</b>
3	Apakah Anda <i>related</i> dengan poster ini (pernah/tengah mengalami <i>crab mentality</i> )?	Ya	30	<b>60</b>
		Mungkin	15	<b>30</b>
		Tidak	5	<b>10</b>
4	Apakah Anda lebih mampu mengenali perilaku <i>crab mentality</i> dalam diri/orang lain?	Sangat Setuju	20	<b>40</b>
		Setuju	30	<b>60</b>
5	Apakah poster ini mendorong Anda mengurangi sikap iri/menjatuhkan?	Sangat Berkurang	10	<b>20</b>
		Berkurang	40	<b>80</b>

6	Apakah poster ini bermanfaat dan memberikan informasi yang cukup?	Ya	46	<b>92</b>
		Mungkin	3	<b>6</b>
		Tidak	1	<b>2</b>

Berdasarkan hasil survei, sebanyak 84% responden menyatakan bahwa tampilan poster psikoedukasi menarik. Sebanyak 60% responden menyatakan *related* dengan poster *crab mentality*, sebanyak 86% responden menyatakan bahwa isi dari poster psikoedukasi mengenai *crab mentality* memberikan informasi yang dapat dipahami. Sebanyak 92% responden menilai poster tersebut memberikan informasi yang bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa media visual, seperti poster, mampu menjadi sarana efektif dalam menyampaikan informasi psikologis yang kompleks secara sederhana dan komunikatif. Poster ini juga berdampak pada peningkatan kesadaran responden. Empat puluh persen menyatakan sangat setuju dan 60% responden menyatakan setuju bahwa mereka lebih mampu mengenali perilaku *crab mentality* dalam diri sendiri maupun orang lain. Setelah melihat poster.

Temuan ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Rahmawati dan Asbari (2023) mengemukakan bahwa *crab mentality* adalah pola pikir negatif yang muncul ketika seseorang merasa terganggu oleh kesuksesan orang lain dan kemudian berusaha menjatuhkannya agar tidak melebihi dirinya. Individu dengan mentalitas ini biasanya sulit mengakui keunggulan orang lain, sering menyalahkan, dan menolak bekerja sama. Mereka juga memiliki pemikiran “jika saya tidak bisa, maka orang lain juga tidak boleh bisa”. Pola ini berakar pada rasa iri yang kuat, kompetisi yang tidak sehat, serta lingkungan yang kurang mendukung perkembangan individu. Teori ini memperkuat temuan survei bahwa banyak responden merasa *related* dengan isi poster 60% menjawab ya dan 30% lainnya menyatakan mungkin, yang menandakan relevansi isu ini dalam kehidupan sosial. Sama halnya dengan yang diungkapkan oleh Indriyani, dkk (2023) bahwa *crab mentality* mencerminkan sikap iri terhadap kesuksesan orang lain, dan mendorong individu untuk menghalangi kebahagiaan orang lain. Teori ini memperkuat temuan bahwa 60% responden merasa *related* dengan isi poster dan 30% lainnya menyatakan bahwa fenomena ini memang banyak ditemukan dalam interaksi sosial sehari-hari. Sementara itu, Fitriadi (2023) menyoroti bahwa *crab mentality* berakar dari rasa iri yang memicu ekspektasi agar semua orang “tetap setara”, dan ini dapat menjadi bentuk *self-fulfilling prophecy* yang merugikan perkembangan diri. Poster yang mampu membuat responden merefleksikan keberadaan sikap ini dalam diri atau lingkungan mereka, membuktikan bahwa psikoedukasi efektif tidak hanya dalam menyampaikan informasi, tetapi juga dalam mendorong perubahan sikap.

Meskipun hasil survei menunjukkan dampak positif dari psikoedukasi ini, beberapa keterbatasan tetap perlu dipertimbangkan. Pertama, metode pemilihan partisipan yang hanya melalui akun Instagram penulis berpotensi menimbulkan bias partisipasi. Artinya, individu yang mengikuti akun tersebut kemungkinan besar sudah memiliki minat terhadap isu psikologi, sehingga tidak mewakili populasi umum. Kedua, instrumen pengumpulan data berupa angket *Google Form* mengandalkan metode *self-report* yang rawan terhadap bias sosial (*social desirability bias*). Responden mungkin memberikan

jawaban yang dianggap “baik secara sosial”, meskipun belum tentu mencerminkan perilaku aktual mereka dalam kehidupan sehari-hari. Menurut penelitian oleh Krosnick dan Presser (2010), bias sosial sering kali terjadi ketika individu merasa tertekan untuk memberikan jawaban yang dianggap lebih diterima secara sosial, terutama dalam konteks survei atau wawancara. Hal ini dapat mengakibatkan data yang tidak akurat dan mengurangi validitas temuan.

## **KESIMPULAN**

Pelaksanaan kegiatan Psikoedukasi melalui Instagram menunjukkan hasil positif. Poster menjangkau 278 akun, dengan 114 *likes* dan 50 responden survei berusia 18–30 tahun dari tujuh suku. Sebagian besar responden menilai poster menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan pengalaman pribadi, terutama terkait *crab mentality*. Sebanyak 89% menganggap materi bermanfaat dan mendorong refleksi diri. Namun, terdapat keterbatasan berupa potensi bias partisipan yang tertarik pada psikologi dan bias sosial dari instrumen *self-report*. Disarankan agar ke depan partisipan lebih beragam dan metode pengumpulan data lebih variatif, seperti wawancara atau observasi.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada dosen pembimbing, Kak R, serta Kak Eta, Kak Fini, Kak Hendra, dan Ibu Afni di Pusat Layanan Psikologi, Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar atas segala pedoman, bekal, dan arahan yang telah diberikan sehingga kami terdorong untuk menyusun kegiatan ini. Pengalaman yang kami raih selama Kuliah Kerja Profesi (KKP) tidak lepas dari peran serta dukungan pihak-pihak yang telah memberikan stimulus signifikan bagi perkembangan diri kami.

## **REFERENSI**

- Aydin, G. Z. Oyuzhan, G. (2019). Crab in The Bucket Mentality in Health Care Workers: Studi Fenomenologi. *Jurnal Institut Ilmu Sosial Universitas Hitit*, 12(2), 618-630. doi: 10.17218/hititsosbil.628375
- Fitriadi. (2023). Crab Mentality: Berdampak Negatif terhadap Mahasiswa?. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. 1(2). 143-147. 2986-7266.
- Indriyani, Safitri, E. Nugraha, Y. D. (2023). Crab Mentality: Penyakit Mental Interaksi Sosia. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. 1(1). 177-186. 2986-7266
- Krosnick, J. A., & Presser, S. (2010). Question and questionnaire design. In P. V. Marsden & J. D. Wright (Eds.), *Handbook of survey research* (pp. 263-314). Emerald Group Publishing Limited. [https://doi.org/10.1108/S0277-6391\(2010\)0000040013](https://doi.org/10.1108/S0277-6391(2010)0000040013)
- Molu, B. Sharp, A. Y. Senturk, S. (2021). The Crab Mentality Among Academic Nurses: If I Can't Do It, You Can't Do It. *Jurnal Ilmu Penelitian dan Kesehatan Banu*. 7(1). 43-52. DOI: 10.46413/boneyusbad.1453964
- Sauri, S. Syukron, A. Haq, M. Z. (2023). Crab Mentality Dalam Perspektif Al-Qur'an (Studi Analisis

- Tafsir Tematik). *Jurnal Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir* 8(2). 179-199. DOI: 10.30868/at.v8i02.5353
- Surnak. (2024). Crab Syndrome in Business Life and Collectivist/Individualist Culture. *Jurnal Internasional Studi Bisnis & Ekonomi*. 6(2). 82-89. <https://doi.org/10.54821/uiecd.1454123>
- Rahmawati, W. Asbari, M. (2023). Crab Mentality: Penyakit Mental Susah Lihat Orang Lain Senang dan Senang Lihat Orang lain Susah. *Jurnal Manajemen Pendidikan*. 1(1). 72-76. 2986-7266