

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah tahapan penting dalam melakukan penelitian. Tinjauan pustaka ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang relevan dengan topik penelitian yang ingin diteliti. Dalam melakukan tinjauan pustaka, peneliti menggunakan dua metode yakni tinjauan penelitian terdahulu dan studi literatur. Tinjauan penelitian terdahulu merupakan metode yang digunakan untuk mengkaji penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang memiliki relevansi dengan penelitian yang akan dilakukan. Studi literatur merupakan metode yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber literatur seperti jurnal ilmiah, buku, maupun artikel ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Dengan kedua metode tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran tentang topik yang sedang dikaji yaitu fenomena *crab mentality* pada karyawan.

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Demi menghasilkan penelitian yang berkualitas, maka peneliti telah melakukan studi pada penelitian-penelitian terkait topik serupa yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Berikut ini uraian rinci terkait penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan peneliti untuk melakukan penelitian ini antara lain:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

NO	URAIAN	PENELITIAN		
	NAMA tahun	Carliss D. Miller (2019)	Gizem Zevde AYDIN & Gülpeembe OĞUZHAN (2019)	Sermin AĞRALI ERMİŞ & Gamze AKYOL (2023)
1.	Universitas	Sam Houston State University	Hitit University	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi
2.	Judul	<i>Exploring the Crabs in the Barrel Syndrome in Organizations</i>	<i>The “Crabs in A Bucket” Mentality in Healthcare Personnel: A Phenomenological Study</i>	<i>The Relationship of Academicians' Levels of Crabs in a Barrel Syndrome and Their Organizational Justice</i>
3.	Metode	Kualitatif fenomenologi menggunakan teori identitas sosial dan perbandingan sosial	Kualitatif fenomenologi menggunakan teknik <i>purposive sampling</i>	Kuantitatif deskriptif menggunakan <i>Kolmogorov-Smirnov test</i> dan <i>Pearson Correlation</i>
4.	Tujuan	Untuk menjelaskan CBS dalam lingkungan organisasi, mengeksplor perilaku CBS di lingkungan organisasi, mengidentifikasi bagaimana CBS bisa muncul.	Untuk mengetahui dampak <i>crab mentality</i> dalam rasa ketidakpuasan serta motivasi, dan mengungkapkan solusi dari <i>crab mentality</i> .	Untuk menguji hubungan antara CBS dan skala keadilan dalam organisasi

5.	Hasil	<p>1) Tekanan dalam organisasi berperan paling besar dalam dinamika CBS.</p> <p>2) Perilaku CBS berkaitan dengan identitas sosial dan kesantunan di tempat kerja.</p> <p>3) Hambatan struktural internal organisasi berperan dalam kemunculan CBS.</p>	<p>4) <i>Crab mentality</i> berdampak pada ketidakpuasan dan motivasi pada tenaga kesehatan.</p> <p>5) Peningkatan edukasi dan komunikasi diperlukan untuk mengatasi <i>crab mentality</i>.</p>	<p>Nilai korelasi antara CBS dan Skala Keadilan Organisasi adalah sebagai berikut:</p> <p>1) Kognitif: $r = 0.352$</p> <p>2) Afektif: $r = 0.827$</p> <p>3) Perilaku: $r = 0.918$</p>
6.	Perbedaan	<p>Penelitian Miller fokus membahas pada topik minoritas di kalangan karyawan, sedangkan fokus pada penelitian peneliti di kalangan karyawan secara umum.</p>	<p>Penelitian Aydin & Oğuzhan fokus dilakukan pada karyawan di bidang kesehatan, sedangkan penelitian peneliti akan dilakukan pada karyawan di beberapa bidang kerja yang berbeda.</p>	<p>Penelitian Ermiş & Akyol dilakukan pada kalangan akademisi, sedangkan penelitian peneliti akan dilakukan pada kalangan karyawan</p>

Sumber: Peneliti, 2024

2.1.2 Studi Literatur

2.1.2.1 Tinjauan tentang Komunikasi

A. Definisi Komunikasi

Haryanto dalam Prihanti (2017) mengemukakan bahwa komunikasi adalah suatu interaksi dinamis antara komunikator (orang yang menyampaikan pesan) dan komunikan. Kata "komunikasi" berasal dari istilah Latin "*communicare*" yang memiliki makna untuk memberikan atau menyampaikan. Istilah tersebut berasal dari kata *communes* yang berarti sama (*common*). Komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), merujuk pada upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan.

Berdasarkan hal tersebut, dapat didefinisikan bahwa komunikasi adalah interaksi antara komunikator dan komunikan dalam menyampaikan pesan sebagai upaya untuk mencapai kesamaan. Dimpleby & Burton (2007) mengemukakan bahwa untuk mengetahui definisi komunikasi, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bentuk komunikasi

Membahas cara berkomunikasi seperti berbicara, menulis, atau menggambar. Umumnya, pemahaman dari apa yang disebut sebagai 'bentuk komunikasi' adalah segala cara berkomunikasi yang dapat

dikendalikan secara langsung. Hal tersebut termasuk juga cakupan komunikasi non-verbal (gerak tubuh, ekspresi wajah, dan lain-lain).

2. Media Komunikasi

Membahas cara berkomunikasi yang menggabungkan berbagai bentuk melalui suatu media. Contohnya adalah sebuah buku sebagai media yang menggunakan berbagai bentuk komunikasi verbal seperti kata-kata dan gambar. Media-media ini akan memiliki kemampuan yang berbeda satu sama lain dalam mencakup sejumlah bentuk komunikasi.

B. Tujuan Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan oleh komunikator yang berusaha mengubah pendapat atau perilaku penerima informasi (Sari dkk., 2018). Kita berkomunikasi untuk dipahami dan memahami orang lain (Hanh, 2013). Komunikasi adalah untuk memahami *feedback* dan menyesuaikan pesan berdasarkan *feedback* tersebut (DeVito, 2016).

Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk membangun hubungan antara komunikator dan komunikan agar dapat memahami satu sama lain sehingga dapat mengubah pendapat atau perilaku sesuai *feedback* yang diberikan.

Secara umum, dapat dinyatakan bahwa tujuan komunikasi adalah untuk membangun pemahaman antara komunikator dan komunikan sehingga terjalin hubungan diantara mereka. Secara rinci, ada beberapa tujuan dan kebutuhan umum komunikasi menurut Dimbleby & Burton (2007) yaitu sebagai berikut:

- 1) *Survival*, yaitu berkomunikasi untuk bertahan hidup.
- 2) *Co-operation*, yaitu berkomunikasi untuk bekerja sama dengan orang lain.
- 3) *Personal needs*, yaitu berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhan pribadi.
- 4) *Relationships*, yaitu berkomunikasi untuk terlibat dengan orang lain serta untuk membentuk dan memelihara hubungan.
- 5) *Persuasion*, yaitu berkomunikasi untuk membujuk orang lain agar berpikir seperti yang kita pikirkan atau bertindak seperti yang kita lakukan.
- 6) *Power*, yaitu berkomunikasi untuk mendapatkan atau menggunakan kekuasaan atas orang lain.
- 7) *Social needs*, yaitu berkomunikasi untuk menyatukan masyarakat dan organisasi kita.
- 8) *Information*, yaitu berkomunikasi untuk memberi dan menerima informasi.

- 9) *Make a sense of the world*, yaitu berkomunikasi untuk memahami dunia dan pengalaman kita tentangnya.
- 10) *Self expression*, yaitu berkomunikasi untuk mengekspresikan bagaimana perasaan dan siapa diri kita kepada orang lain.

C. Jenis Komunikasi

1) Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal adalah proses bagaimana orang menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya kembali (Diwyarthi dkk., 2023). Orang menjadi pengirim dan penerima pesan dan saling memberi umpan balik kepada diri mereka sendiri melalui proses internal berkesinambungan sehingga komunikasi intrapersonal dengan sendirinya dapat memicu bentuk komunikasi lainnya (Brent dalam Kartini dkk., 2023). Terjadinya proses komunikasi intrapersonal karena adanya seseorang yang memberi arti terhadap sesuatu objek yang diamatinya atau terbetik dalam pikirannya (Sari dkk., 2018). Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses komunikasi yang terjadi oleh dan pada diri sendiri berdasarkan apa yang diamatinya.

2) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi antarpribadi (interpersonal) ialah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih (Pace dalam Sari dkk., 2018). Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi dengan jumlah penerima dan pengirim yang terbatas, sehingga komunikasi semakin intensif (Kartini dkk., 2023). Segala sesuatu yang terlibat dalam komunikasi interpersonal berada dalam keadaan berubah: Anda berubah, orang yang Anda berkomunikasi dengan Anda berubah, dan lingkungan Anda berubah (DeVito, 2016). Berdasarkan uraian tersebut, dapat dijelaskan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi intensif untuk mengubah sesuatu yang melibatkan dua orang atau lebih namun terbatas.

3) Komunikasi Grup

Pada komunikasi grup, interaksi yang berlangsung sama seperti yang diterapkan pada komunikasi interpersonal namun lebih banyak individu yang dilibatkan (Arul, 2009). Komunikasi grup terdiri dari komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Komunikasi kelompok ialah proses komunikasi yang bukan hanya membahas tentang pertukaran informasi, namun juga interaksi anggota kelompok untuk pembuatan keputusan

bersama, penyelesaian tugas, hingga pemecahan masalah (Dewi dkk., 2024). Proses komunikasi kelompok berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, dimana para anggotanya saling berinteraksi satu sama lainnya (Sari dkk., 2018). Hal tersebut mengartikan bahwa komunikasi kelompok adalah interaksi antara tiga orang atau lebih untuk membuat keputusan, menyelesaikan tugas, dan memecahkan masalah di dalam suatu kelompok.

4) Komunikasi Publik

Komunikasi publik merupakan komunikasi yang melibatkan beragam kelompok masyarakat atau organisasi (Arul, 2009). Komunikasi publik menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan-pesan disampaikan oleh pembicara di depan khalayak yang lebih besar (Sari dkk., 2018). Komunikasi publik tidak hanya tentang menerima informasi namun juga perubahan dalam cara berpikir, bersikap, dan bertindak (Dewi dkk., 2024). Uraian tersebut menggambarkan komunikasi publik sebagai proses penyampaian pesan kepada khalayak masyarakat dalam skala besar dengan tujuan untuk mengubah cara mereka berpikir, bersikap, dan bertindak.

2.1.2.2 Tinjauan tentang Komunikasi Intrapersonal

A. Pengertian Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi intrapersonal mencakup berbagai proses, termasuk berpikir, sensasi, persepsi, dan memori, yang secara kolektif berkontribusi pada identitas diri dan kemampuan pengambilan keputusan seseorang (Ariati, 2023). Bentuk komunikasi ini sangat penting untuk kesadaran diri dan pertumbuhan pribadi, karena memungkinkan individu untuk merefleksikan nilai-nilai, motivasi, dan tujuan hidup mereka (Izzami dkk., 2023). Selain itu, komunikasi intrapersonal dapat ditingkatkan melalui praktik-praktik seperti meditasi, yang mendorong penyembuhan diri dan pembentukan identitas (Hape dkk., 2024). Komunikasi intrapersonal pada dasarnya adalah komunikasi internal yang dilakukan individu untuk memahami diri mereka sendiri, mengevaluasi pikiran mereka, dan mengembangkan konsep diri mereka.

B. Proses Komunikasi Intrapersonal

a. Sensasi

Berasal dari kata *sense* yang berarti kemampuan yang dimiliki manusia untuk menyerap segala hal yang diinformasikan oleh pancaindera. Informasi yang diserap oleh pancaindera disebut stimuli yang kemudian melahirkan

proses sensasi. Proses sensasi ini merupakan tahap awal dimana seseorang menjadi peka terhadap rangsangan di lingkungannya. Sensasi tersebut dapat berupa fisik (seperti sentuhan) atau emosional (seperti perasaan bahagia atau sedih).

b. Persepsi

Setelah sensasi dikenali, langkah selanjutnya adalah persepsi. Hal ini melibatkan penafsiran dan memahami sensasi. Hal ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, kepercayaan, dan latar belakang budaya. Selain dipengaruhi oleh sensasi yang merupakan hasil serapan panca indera, persepsi dipengaruhi juga oleh perhatian (*attention*), harapan (*expectation*), motivasi dan ingatan. Bagaimana seseorang mempersepsikan lingkungannya juga dapat secara signifikan memengaruhi konsep diri dan proses komunikasi secara keseluruhan.

c. Memori

Proses memori ini memainkan peran penting dalam komunikasi intrapersonal. Memori memungkinkan seseorang untuk mengingat pengalaman masa lalu, yang dapat menginformasikan pikiran dan perasaan mereka saat ini.

Ingatan ini membantu dalam refleksi diri dan memahami bagaimana peristiwa masa lalu membentuk konsep diri seseorang. Kerja memori ini melalui tiga proses berikut:

1. Perekaman (*encoding*), pencatatan informasi melalui reseptor indera dan saraf internal baik disengaja maupun tidak disengaja.
2. Penyimpanan (*storage*), dalam fungsi ini, hasil dari persepsi/learning akan disimpan yang suatu saat akan ditimbulkan kembali (*memory traces*).
3. Pemanggilan (*retrieval*), proses mengingat kembali informasi yang telah disimpan. Dalam hal ini bisa ditempuh melalui dua cara yaitu *to recall* (mengingat kembali) dan *to recognize* (mengetahui kembali).

d. Berpikir

Tahap ini melibatkan pemrosesan sensasi, persepsi, dan ingatan. Di sinilah individu terlibat dalam pembicaraan dengan diri sendiri, menganalisis pikiran mereka, dan merefleksikan perasaan mereka. Proses kognitif ini sangat penting untuk mengembangkan pemahaman yang lebih dalam tentang diri sendiri dan dapat mengarah pada pertumbuhan pribadi.

2.1.2.3 Tinjauan tentang Psikologi Komunikasi

A. Pengertian Psikologi Komunikasi

Komunikasi dalam konteks psikologi komunikasi membahas tentang pengungkapan pikiran, ide, keinginan diri, serta sarana dalam mengenal serta memahami antar manusia (Diwyarthy dkk., 2023). Psikologi komunikasi melihat proses komunikasi dari awal, mulai dari komunikator dalam pengiriman pesan oleh komunikan sampai proses umpan balik dari komunikan terhadap pesan tersebut (Kartini dkk., 2023). Berdasarkan hal tersebut, psikologi komunikasi dapat diartikan sebagai proses komunikasi yang didasari oleh aspek psikologis dari komunikator dan komunikan (pengungkapan pikiran, ide, dan keinginan) untuk mendapatkan umpan balik dan mencapai pemahaman. Menurut Fisher (dalam Yanti, 2022) pendekatan psikologi pada komunikasi dicirikan dengan:

- 1) Penerimaan stimuli secara indrawi (*sensory reception of stimuli*), aktivasi reseptor sensorik oleh rangsangan lewat lima indera khusus: penciuman, pengecapan, perabaan, penglihatan, dan pendengaran.
- 2) Proses yang mengantarai stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*), proses transfer yang membawa informasi tentang rangsangan ke sistem saraf pusat.

- 3) Prediksi respons (*prediction of response*), melihat bagaimana respon pada masa lalu dapat meramalkan munculnya respon yang akan datang.
- 4) Penguatan respons (*reinforcement of responses*), respon lingkungan atau orang lain atau disebut juga dengan umpan balik (feedback).

B. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku

Perilaku yang dimiliki manusia merupakan sebuah kegiatan yang menyeluruh atau aktivitas yang seringkali dilakukan oleh manusia, yang dapat kita amati secara langsung ataupun tidak langsung (Notoatmodjo, 2003). Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan (respons) terhadap rangsangan (stimulus), karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Perilaku dapat bersifat spontan dan juga kondisional sebagai hasil dari proses belajar. Perilaku beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku manusia yaitu:

1) Faktor Personal

- Faktor Biologis
 - a) Struktur Biologis Manusia

Hal ini mencakup jenis ras, jenis kelamin, dan sifat fisik (Sunaryo, 2004). Dimana setiap makhluk hidup pastinya memiliki sifat atau perilaku yang khas dan berbeda beda. Pria dan wanita pasti berbeda, orang yang gemuk dan kurus pasti berbeda, dan lain-lain. Sistem syaraf dan sistem hormonal juga bukan hanya mempengaruhi mekanisme biologis, tetapi juga mempengaruhi proses psikologis.

b) Insting

Kemampuan untuk berbuat hal-hal yang kompleks tanpa latihan sebelumnya dan terarah pada tujuan tertentu. Insting adalah suatu representasi mental dari kebutuhan fisik atau tubuh, perwujudan dari psikologisnya yang disebut hasrat. Insting terbagi beberapa bagian, yaitu: dorongan impetus (*pressure*), sumber, tujuan, dan objek (Freud dalam Semiun 2006).

c) Kebutuhan Biologis

Kebutuhan biologis adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang harus terpenuhi agar bisa mempertahankan kehidupan. Kebutuhan ini merupakan tingkat paling dasar dalam hierarki kebutuhan manusia menurut Abraham

Harold Maslow. Kebutuhan ini mencakup oksigen, makan, minum, istirahat, tempat tinggal, hingga seksual.

- Faktor Sosiopsikologis
 - a) Motif Sosiogenesis, mencakup motif ingin tahu, motif kompetisi, motif cinta, dan motif harga diri.
 - b) Sikap, membahas tentang kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai yang didasari oleh motivasi.
 - c) Emosi, membahas tentang kegoncangan organisme yang disertai oleh gejala-gejala kesadaran, berperilaku, dan proses fisiologis.
 - d) Kepercayaan, membahas tentang keyakinan bahwa suatu hal benar atau salah melalui pengalaman yang dialami. Kepercayaan di sini tidak ada hubungan dengan hal-hal yang gaib.
 - e) Kebiasaan, membahas tentang aspek yang menetap dan berlangsung secara otomatis tidak direncanakan.
 - f) Kemauan, membahas tentang kehendak yang ada dari dalam diri.

2) Faktor Situasional

- Faktor Ekologis, keadaan alam yang melingkupi seluruh manusia bisa mempengaruhi gaya hidup dan perilaku kita.
- Faktor Rancangan & Arsitektur, membahas tentang penataan ruang dimana dapat mempengaruhi pola komunikasi diantara orang-orang yang hidup dalam naungan arsitektual tertentu.
- Faktor Temporal, membahas tentang perbedaan suasana emosional dan perilaku bila dipandang dari segi waktu.
- Suasana Perilaku, membahas tentang didalam setiap suasana terdapat pola-pola hubungan yang mengatur perilaku orang-orang yang didalamnya.
- Teknologi, membahas tentang revolusi teknologi yang sering disusul dengan revolusi dalam perilaku sosial.
- Faktor sosial, terdapat tiga hal yang dibahas yaitu sistem peran, struktur sosial, dan karakteristik individu.
- Lingkungan psikososial, membahas tentang bentuk persepsi kita terhadap lingkungan kita, akan mempengaruhi perilaku kita dalam lingkungan tersebut.

- Stimuli yang memperteguh perilaku, membahas tentang situasi yang memberi keleluasaan dan situasi yang membatasi dalam bertindak.

2.1.2.4 Tinjauan tentang Komunikasi Organisasi

A. Pengertian Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi adalah aliran pertukaran informasi serta makna simbolik yang terjadi antara individu ke individu lainnya maupun individu ke kelompok dalam satu organisasi (Katz & Kahn dalam Rohim, 2016). Komunikasi dalam organisasi adalah rangkaian pemahaman yang memadukan anggota-anggota organisasi dari atas hingga bawah (Athoillah, 2010). Golhaber mendefinisikan komunikasi organisasi sebagai proses menciptakan dan saling tukar-menukar pesan dalam organisasi. Maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan proses penciptaan dan pertukaran pesan beserta makna simbolik di dalam suatu organisasi yang melibatkan individu-individu didalamnya untuk mencapai pemahaman.

Komunikasi organisasi adalah sebuah proses tentang menafsirkan pesan yang melibatkan berbagai unit komunikasi sebagai bagian dalam organisasi (Siregar, 2016). Komunikasi

organisasi mencakup struktur fungsional organisasi, dinamika hubungan antar manusia (dalam konteks interaksi sosial), proses komunikasi, lingkungan organisasi, serta norma dan nilai budaya yang membentuk cara kerja organisasi (Arul, 2009). Berdasarkan hal tersebut, komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai proses penafsiran pesan dengan mempertimbangkan struktur fungsional, dinamika interaksi antar anggota, lingkungan, dan norma serta nilai budaya dari organisasi.

B. Proses Komunikasi Organisasi

Djarmiko (2008) mengemukakan bahwa proses komunikasi organisasi mencakup hal-hal sebagai berikut:

- Pengirim, sumber yang memulai komunikasi.
- *Encoding*, proses pengkodean informasi yang akan disampaikan dengan cara menterjemahkan ke dalam serangkaian simbol atau isyarat.
- Pesan, bentuk fisik yang digunakan oleh pengirim untuk mengkodekan informasi. Pesan dapat berupa segala bentuk yang dapat dirasakan atau di terima oleh satu atau lebih indra penerima.

- *Channel*, media yang digunakan untuk menyampaikan pesan, misalnya udara untuk pesan yang disampaikan dengan kata – kata, atau kertas untuk pesan yang disampaikan dalam bentuk tulisan.
- *Decoding*, proses dimana penerima menafsirkan pesan dan menerjemahkannya menjadi informasi yang berarti baginya.
- *Receiver*, orang yang menerima pesan dari pengirim.
- *Feedback*, reaksi terhadap komunikasi dari pengirim. Di tahap ini, penerima berubah menjadi pengirim pesan begitu pula sebaliknya, pengirim menjadi penerima *feedback*.

C. Hambatan dalam Komunikasi Organisasi

Robbins dalam Masmuh (2013) menyatakan bahwa terdapat empat hambatan dalam komunikasi organisasi yaitu:

1. Penyaringan (*Filtering*), hambatan yang terjadi ketika pesan yang tersampaikan oleh komunikator disaring atau dimanipulasikan agar memuaskan penerimanya.
2. Persepsi selektif, hambatan yang terjadi ketika komunikan melihat dan mendengar hanya berdasarkan keperluan, motivasi, latar belakang pengalaman, dan ciri pribadi lainnya.

3. Perasaan, hambatan yang terkait dengan kondisi emosi penerima saat menerima pesan, yang mempengaruhi cara interpretasi pesan tersebut.
4. Bahasa, setiap kata memiliki makna yang unik bagi setiap individu. Makna sebuah kata tidak hanya ditentukan oleh definisi kamus, tetapi juga oleh pengalaman, pengetahuan, dan budaya individu.

2.1.2.5 Tinjauan tentang *Crab Mentality*

A. Pengertian *Crab Mentality*

Crab mentality adalah fenomena yang ditandai dengan reaksi negatif terhadap kemajuan orang lain yang dapat terwujud dalam bentuk pikiran, pernyataan, atau tindakan negatif (Shatz, 2023). *Crab mentality* adalah dimana seseorang mencoba untuk merendahkan orang lain yang memiliki pencapaian yang lebih baik dari dirinya (Aydin & OĞUZHAN, 2019). Perilaku *crab mentality* ini ditandai dengan perasaan iri (*envy*), takut (*fear*), dan tidak aman (*insecurity*), yang menghalangi individu untuk memanfaatkan peluang (Disha, 2023). Lewat uraian tersebut, *crab mentality* dapat didefinisikan sebagai fenomena yang terjadi ketika seseorang bereaksi negatif (iri, takut, dan *insecure*) pada pencapaian orang lain.

B. Ciri-ciri Crab Mentality

Menurut Shatz (2023) tanda-tanda bahwa seseorang mungkin memiliki mentalitas kepiting (*crab mentality*) adalah sebagai berikut:

- 1) Kecenderungan untuk berbicara negatif tentang orang lain.
- 2) Kecenderungan untuk bereaksi negatif terhadap pencapaian orang lain, sering kali secara otomatis.
- 3) Kecenderungan untuk mencoba mengambil bagian dalam pencapaian orang lain, dalam upaya untuk mengurangi pencapaian tersebut.
- 4) Kecenderungan untuk melihat pencapaian orang lain sebagai cerminan negatif terhadap diri sendiri.
- 5) Kecenderungan untuk melihat orang lain sebagai pesaing langsung dengan diri sendiri, meskipun sebenarnya tidak demikian.
- 6) Ekspresi puas terhadap ketidakberuntungan orang lain.
- 7) Kurangnya rasa belas kasihan terhadap orang lain.
- 8) Ketidakmampuan untuk bekerja sama dengan baik dengan orang lain.
- 9) Kecenderungan untuk mengeluh dan mengkritik secara terus menerus, seringkali tanpa ada usaha untuk memecahkan masalah.

10) Rasa tidak aman dan kepahitan terhadap kemampuan, pencapaian, atau status seseorang. Namun, beberapa orang mungkin menunjukkan pola yang berlawanan, dan mencoba membesar-besarkan kemampuan, pencapaian, atau status mereka sendiri, dalam upaya untuk merendahkan kemampuan, pencapaian, atau status orang lain.

C. Faktor Anteseden *Crab Mentality*

1. Faktor *Individual*

Miller (2019) mengemukakan bahwa faktor ini mencakup aspek emosional dan kepribadian dalam diri seseorang yang memiliki mentalitas kepiting (*crab mentality*). Faktor-faktor individu dari *crab mentality* antara lain rasa iri dan rasa ketidakadilan (Aydin & Oguzhan, 2019). McPhail (dalam Miller, 2019) mengemukakan faktor ini juga terkait dengan kepentingan pribadi dan oportunisme. *Crab mentality* umumnya mengacu pada pola pikir (*mindset*) individu yang berusaha menghambat kesuksesan orang lain untuk mencegah mereka mencapai tujuan mereka. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diuraikan beberapa poin yang dijadikan sebagai faktor individual dari *crab mentality* adalah sebagai berikut:

a) Iri Hati

Iri hati dalam *crab mentality* membahas tentang kecemburuan yang dirasakan individu terhadap kesuksesan orang lain.

Iri hati adalah respons emosional yang muncul ketika seseorang merasa bahwa orang lain memiliki sesuatu yang mereka inginkan, seperti kesuksesan dan status (Soubhari, 2014).

Iri hati adalah keinginan untuk memiliki apa yang dimiliki orang lain, yang mengarah pada perasaan tidak mampu atau rendah diri (Aydin & Oguzhan, 2019). Iri hati merupakan perasaan tidak puas atau kebencian yang ditimbulkan oleh kepemilikan, kualitas, atau keberhasilan orang lain (Miller, 2019).

b) Pemenuhan Kebutuhan

Pemenuhan kebutuhan mengacu pada proses mendapatkan kepuasan atas berbagai kebutuhan manusia (Miller, 2019). Kebutuhan tersebut yaitu kesejahteraan fisik, emosional, dan psikologis (Soubhari, 2014). Orang dengan *crab mentality* dapat menumbuhkan lingkungan yang kompetitif dan kerap

kali tidak bersahabat dalam pemenuhan kebutuhannya untuk mempertahankan *status quo*.

c) Oportunisme

Oportunisme adalah sikap seseorang yang mementingkan diri sendiri dimana dapat mengganggu kolaborasi dalam organisasi (Miller, 2019). Oportunisme didorong oleh kepentingan pribadi seseorang yang seringkali mengorbankan orang lain yang terlibat didalamnya. Hal ini dapat muncul dalam bentuk penipuan, menyembunyikan informasi, atau mengeksploitasi celah-celah dalam hubungan.

2. Faktor *Societal*

Faktor sosial mencakup interaksi di antara individu satu dan individu lainnya serta keberadaan mereka saat sedang bersama-sama (Hilbrecht dkk., 2020). Faktor-faktor sosial ini juga termasuk trauma masa kecil dan remaja, dinamika keluarga, hingga budaya (Kuzminova, 2024). Faktor *societal* secara umum membahas tentang interaksi dan hubungan sosial dari individu dengan *crab mentality*.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat diuraikan bahwa faktor sosial dari *crab mentality* mencakup:

a. Hubungan Sosial

Terdapat 2 aspek utama dalam hubungan sosial yaitu kecerdasan emosional dan kesamaan demografis (Miller, 2019). Aydin & Oguzhan (2019) mendefinisikan hubungan sosial sebagai hubungan yang terbentuk di antara individu yang ditandai dengan timbal balik dan makna bersama. Hubungan sosial adalah hubungan antarpribadi yang didasarkan pada kepercayaan, ikatan personal, dan kesamaan emosi.

b. Interaksi Sosial

Miller (2019) menyatakan interaksi sosial mencakup 6 komponen utama yaitu aktor, rekan, koneksi, aktivitas, konteks, dan evaluasi. Interaksi sosial membahas bagaimana seseorang menilai diri mereka dengan membandingkan dirinya dengan orang lain. Individu mengevaluasi kesuksesan dan nilai mereka sendiri dengan membandingkan diri mereka dengan orang lain (Aydin & Oguzhan, 2019). Ketika seseorang menganggap rekan-rekannya lebih sukses, hal ini dapat

memicu perasaan tidak mampu, yang berujung pada kecemburuan dan kebencian.

3. Faktor *Organizational*

Hal ini mencakup dinamika yang ada di dalam kelompok, persaingan antarkelompok, dan budaya organisasi secara keseluruhan (Aydin & Oguzhan, 2019). Miller (2019) menyatakan bahwa kepemimpinan dan *glass ceiling effect* merupakan bagian utama dari *crab mentality* di tempat kerja. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat diuraikan bahwa faktor organizational dari *crab mentality* antara lain:

a. Budaya Organisasi

Budaya organisasi adalah norma, nilai, kepercayaan, dan perilaku bersama dalam sebuah organisasi (Uzum dkk., 2022). Hal ini membentuk lingkungan kolektif, sikap, motivasi, dan standar etika yang dijunjung tinggi (Ermis & Akyol, 2023).

Organisasi dengan budaya kompetisi yang lebih ditekankan daripada kolaborasi, dapat memicu individu mungkin merasa tertekan untuk melindungi status dirinya (Aydin & Oguzhan, 2019).

Budaya organisasi adalah sistem yang dianut bersama oleh para anggota yang membedakan sebuah organisasi dengan organisasi lainnya. Budaya organisasi adalah kebiasaan, tradisi, dan cara umum dalam melakukan berbagai hal dalam suatu organisasi.

b. Kepemimpinan

Kepemimpinan adalah ilmu atau kemampuan untuk mengkoordinasikan dan mengarahkan individu serta kelompok untuk mencapai tujuan. Kepemimpinan pada dasarnya adalah proses relasional yang melibatkan interaksi antara pemimpin dan pengikut (Miller, 2019).

Kepemimpinan melibatkan bimbingan dan manajemen individu dan tim untuk mendorong kolaborasi, menetapkan tujuan, dan mengatasi konflik atau perilaku negatif secara efektif (Ermi & Akyol, 2023).

Kepemimpinan merupakan aspek penting dalam organisasi, karena pemimpin memengaruhi operasi dan mewakili organisasi sambil membina kolaborasi dan budaya yang positif. Miller (2019) menekankan bahwa kepemimpinan yang efektif melibatkan pembinaan

lingkungan organisasi yang saling percaya dan berkolaborasi.

c. *Glass Ceiling Effect*

Miller (2019) mendefinisikan *glass ceiling effect* sebagai hambatan-hambatan yang tak tampak untuk meraih kesuksesan di dalam organisasi. Hal ini dapat terjadi pada seseorang meskipun dirinya memiliki kapabilitas dan kemampuan yang baik. *Glass ceiling effect* seringkali terjadi terutama di kalangan perempuan, sehingga mereka tercegat dalam mencapai posisi manajerial tingkat atas (Mustikarini dkk., 2023). Hal ini mencakup berbagai tantangan, termasuk struktur organisasi internal, masalah sosial, faktor situasional, dan hambatan individu.

D. Dampak *Crab Mentality*

Crab mentality menghalangi tercapainya tujuan bersama yang telah disepakati bersama di dalam organisasi (Uzum dkk., 2022). Fenomena ini mengarah pada tekanan teman sebaya yang bersifat negatif, di mana individu menjadi enggan untuk mengejar aspirasinya (Uzum dkk., 2022). *Crab mentality* menciptakan

lingkungan toksik yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan pribadi dan kemajuan kolektif dalam masyarakat.

Dalam lingkungan pendidikan dan profesional, perilaku seperti itu dapat menyebabkan penurunan motivasi, peningkatan kemangkiran, dan kurangnya kerja sama tim, yang pada akhirnya merugikan produktivitas dan kepuasan kerja (Aydin & Oğuzhan, 2019).

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dinyatakan bahwa dampak dari *crab mentality* pada dasarnya adalah menghambat proses pengembangan diri korban atau target dari orang yang memiliki mentalitas tersebut. Hal tersebut dapat dirincikan dalam poin-poin sebagai berikut:

1. Demotivasi

Demotivasi adalah kondisi di mana seseorang kehilangan motivasi atau antusiasme untuk mengejar tujuan tertentu. Aydin & Oguzhan (2019) menekankan bahwa bekerja di lingkungan dengan *crab mentality* dapat menyebabkan frustrasi yang akhirnya terjadi demotivasi. Demotivasi seringkali diakibatkan oleh berbagai faktor seperti tekanan emosional, tuntutan pekerjaan, dan tantangan sosial-ekonomi. *Crab mentality* mengganggu motivasi dengan

menimbulkan konflik yang tidak kondusif, kecemburuan, dan keresahan (Uzum dkk., 2022).

2. Penurunan Produktivitas

Penurunan produktivitas ini menitikberatkan pada penurunan kinerja karyawan di tempat mereka bekerja. *Crab mentality* dapat merusak dorongan kelompok untuk mencapai tujuan bersama dan menurunkan kinerja individu (Uzum dkk., 2022). Penurunan produktivitas karyawan membahas tentang rendahnya kontribusi mereka. Hal ini sering dikaitkan dengan tidak adanya harapan yang dirasakan antara usaha dan hasil atau merasa usaha yang dilakukan terlalu besar dibandingkan pencapaian yang didapatkan.

3. *Toxic Environment*

Toxic environment pada kondisi atau situasi tidak sehat di tempat kerja yang berdampak negatif pada suasana hati dan sikap karyawan. *Crab mentality* dapat menciptakan lingkungan yang tidak sehat, dimana individu dapat merasa terisolasi karena tindakan rekan kerja mereka yang iri hati (Aydin & Oguzhan, 2019).

2.1.2.5 Tinjauan tentang Karyawan

A. Pengertian Karyawan

Undang-undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan Pasal 1 Ayat 2 menjelaskan bahwa karyawan adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan guna menghasilkan barang dan jasa baik untuk memenuhi kebutuhan sendiri maupun masyarakat, baik didalam maupun diluar hubungan kerja. Karyawan adalah orang penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu (Hasibuan, 2020). Suharno (2008) menyatakan bahwa karyawan adalah seseorang yang ditugaskan sebagai pekerja dari sebuah perusahaan untuk melakukan operasional perusahaan. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa karyawan merupakan orang yang mampu menjual pikiran dan tenaga dengan kompensasi gaji untuk melakukan operasional suatu perusahaan tempatnya bekerja.

B. Jenis-jenis Karyawan

Ada beberapa jenis status karyawan dalam dunia kerja, berikut adalah jenis-jenis karyawan berdasarkan statusnya:

1. Karyawan tetap (*full time*), karyawan yang bekerja selama 40 jam dalam seminggu, dengan gaji tetap dan tidak

berubah. Beban kerja realtif tinggi, persaingan yang ketat, dan kurangnya fleksibilitas waktu.

2. Karyawan kontrak, karyawan yang bekerja untuk jangka waktu tertentu atau karyawan yang bekerja untuk proyek-proyek tertentu.
3. *Part Time*, karyawan yang dibayar per jam atau yang bekerja dengan jam yang fleksibel sesuai keinginan.
4. *Freelance*, karyawan yang bekerja secara mandiri tanpa terikat dengan perusahaan tertentu dan bayaran yang didapat tidak tetap sesuai dengan tugas yang dikerjakan.
5. *On-call*, karyawan yang bekerja sesuai dengan panggilan atau permintaan dari perusahaan.
6. *Volunteer*, karyawan yang bekerja sukarela tanpa mengharapkan imbalan apapun dari perusahaan dalam artian menjunjung tujuan kemuliaan.

C. Kinerja Karyawan

Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia menyatakan bahwa kinerja karyawan adalah suatu pencapaian pada tingkat tertentu dalam suatu pekerjaan. Siagian dalam Hakim & Khair (2020) menjelaskan kinerja karyawan ialah sebuah hasil pekerjaan yang dicapai selama waktu tertentu. Kinerja merupakan

hasil kerja dan perilaku kerja seseorang dalam suatu periode (Kasmir, 2020). Dapat dinyatakan bahwa kinerja karyawan adalah pencapaian dan perilaku karyawan dalam suatu pekerjaan yang dicapai pada periode waktu tertentu. Adapun aspek yang berhubungan dengan kinerja adalah motivasi dan kemampuan karyawan. Motivasi mencakup dorongan batin yang mendorong seseorang untuk bertindak atau berperilaku sesuai dengan keinginan. Kemampuan mencakup segi pengetahuan, keahlian, dan keterampilan yang dimiliki oleh karyawan dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya.

2.1.2.6 Tinjauan tentang Proses Pengembangan Diri

A. Pengertian Pengembangan Diri

Pengembangan diri berhubungan dengan perbaikan diri dimana kita harus belajar memahami secara mendetil tentang apa yang tidak kita ketahui sebelumnya (Hasibuan, 2020). Dalam perspektif psikologi, pengembangan diri menitikberatkan pada pertumbuhan individu dalam mencapai potensi maksimalnya (Sitorus, 2024). Pengembangan diri merupakan suatu proses tentang pertumbuhan serta pengembangan keterampilan dan kemampuan untuk meningkatkan kualitas hidup seseorang (Afni Dkk., 2022). Menurut Covey (1989) pengembangan diri melibatkan pengasahan "kapasitas

pribadi" melalui kebiasaan positif yang dilakukan secara konsisten. Berdasarkan pernyataan tersebut, pengembangan diri merupakan proses memperbaiki diri untuk mencapai potensi maksimal diri melalui kebiasaan positif demi meningkatkan kualitas hidup.

B. Dimensi Pengembangan Diri

Adapun dimensi dalam pengembangan diri mencakup 3 aspek yaitu dimensi personal, dimensi sosial, dan dimensi spiritual.

- Dimensi personal, berkaitan dengan seluruh kemampuan manusia dan semua pengalaman sepanjang hidupnya hingga yang terpendam sekalipun. Hal ini mencakup setiap fase karakter manusiawi, intelek, temperamen, keterampilan, moralitas dan segenap sikap, yang telah terbentuk sepanjang hidup seseorang.
- Dimensi sosial, berkaitan dengan lingkungan sekitar dan masyarakat yang memiliki kebudayaan dan keberagaman. Hal ini mencakup kemampuan seseorang untuk menyesuaikan diri dan mempengaruhi orang lain didasari kemampaun belajarnya, baik dalam pengetahuan maupun keterampilan.

- Dimensi spiritual, berkaitan dengan tekan Dimensi spiritual ini seringkali diarahkan pada aspek Agama sebagai bentuk keimanan manusia terhadap Tuhan.

C. Tahapan dalam Proses Pengembangan Diri

Douglas (2013) mengemukakan bahwa terdapat 6 tahapan dalam proses pengembangan diri yang pada akhirnya menjadi suatu siklus yaitu sebagai berikut:

1. Knowledge

Tahapan ini membahas bagaimana individu mengetahui siapa dirinya. Hal ini mencakup tentang kelebihan serta kekurangan diri, apa yang mereka butuhkan, apa yang mereka sukai, dan value apa yang bisa mereka tonjolkan dari dirinya.

2. Desire

Tahapan ini secara umum membahas apa yang ingin dicapai oleh individu. Hal ini terkait dengan minat (*interest*), motivasi bawaan, serta perasaan ingin tumbuh, berkembang, atau mencapai tujuan pribadi. Tahap ini seringkali dimulai dengan kesadaran akan adanya celah (*gap*) antara keadaan saat ini dan keadaan yang diharapkan.

3. Skills

Tahapan ini membahas tentang kemampuan atau kompetensi yang dimiliki dan dikuasai oleh seseorang untuk mencapai tujuan pribadi dan tujuan profesional mereka. Keterampilan ini sangat penting untuk pengembangan diri dan memainkan peran kunci dalam membangun kepercayaan diri, meningkatkan kinerja, dan membuka peluang untuk berkembang. *Skills* pada dasarnya membahas aktivitas fisik yang dapat diamati dan digunakan untuk menyelesaikan satu tugas.

4. *Optimism*

Tahap ini membahas tentang *mindset* positif yang memberikan kontribusi pada cara individu mencapai tujuan, mengatasi tantangan, dan mengembangkan diri. Hal ini juga mencakup pertanyaan terkait apakah tujuan tersebut benar-benar menguntungkan bagi individu. Individu perlu pertimbangan yang matang untuk memastikan bahwa tujuannya dapat dicapai secara realistis.

5. *Action*

Secara umum tahapan ini membahas bagaimana individu beraksi atau berupaya untuk mengubah keinginan mereka menjadi kenyataan. Tahap ini mencakup tindakan dari individu

yang secara sengaja dilakukan untuk mencapai tujuannya, didorong oleh keyakinan akan hasil positif yang akan diperoleh dari tindakan tersebut.

6. *Reinforcement*

Tahap ini membahas bagaimana individu mengevaluasi dan memastikan bahwa tindakan yang dilakukan akan terus berlanjut dan menjadi kebiasaan, sehingga memainkan peran penting dalam mencapai kemajuan yang konsisten dalam pengembangan diri.

2.2 Kerangka Pemikiran

Berikut ini akan peneliti gambarkan terkait konsep yang akan dijadikan sebagai acuan peneliti dalam mengaplikasikan penelitian ini. Kerangka pemikiran ini akan diterapkan sesuai dengan penelitian yang akan diteliti yaitu mengenai Fenomena *Crab Mentality* pada Karyawan di Kota Bandung. Miller (2019) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "*Exploring the Crabs in the Barrel Syndrome in Organizations*" menjelaskan bahwa terdapat tiga faktor yang harus dipertimbangkan dalam memahami fenomena *crab barrel syndrome* atau *crab mentality*.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena *crab barrel syndrome* (CBS) atau *crab mentality*, penting untuk mengidentifikasi faktor anteseden potensial yang secara garis besar dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu faktor individual, faktor societal, dan faktor organizational (Miller, 2019).

Berdasarkan pernyataan dari Miller tersebut, peneliti menetapkan 3 sub-fokus yang akan menjadi pembahasan dalam penelitian ini. Sub-fokus tersebut antara lain adalah faktor individual, faktor societal, dan faktor organizational. Nantinya akan diteliti bagaimana kemunculan fenomena *crab mentality* pada kalangan karyawan khususnya di Kota Bandung lewat ketiga sub-fokus tersebut. Faktor-faktor anteseden tersebut nantinya akan dibahas dari sudut pandang informan kunci sebagai korban atau orang yang dirugikan dari kemunculan fenomena *crab mentality* ini. Ketiga faktor anteseden tersebut juga akan diteliti dalam konteks proses pengembangan diri dari informan kunci. Berikut ini penjelasan dari masing-masing sub-fokus yang akan diteliti dalam penelitian ini:

1. Faktor Individu (*Individual*)

Dalam pembahasan mengenai faktor ini, peneliti akan memfokuskan pada aspek-aspek emosional atau komponen afektif dari Fenomena *Crab Mentality* pada Karyawan di Kota Bandung. Berdasarkan hal tersebut, pemahaman tentang *crab mentality* dalam aspek individual akan terkonsep dan dapat dibahas bagaimana proses pengembangan diri karyawan di Kota Bandung di tengah fenomena *crab mentality* tersebut. Pada faktor ini, perbedaan emosi dari tiap-tiap individu menjadi faktor kunci dari *crab mentality* (Ermiş & AKYOL, 2023). Menurut Aydın & OĞUZHAN (2019) faktor individual pada dasarnya membahas tentang tindakan berbasis emosi (*emotion-based actions*).

2. Faktor Kesosialan (*Societal*)

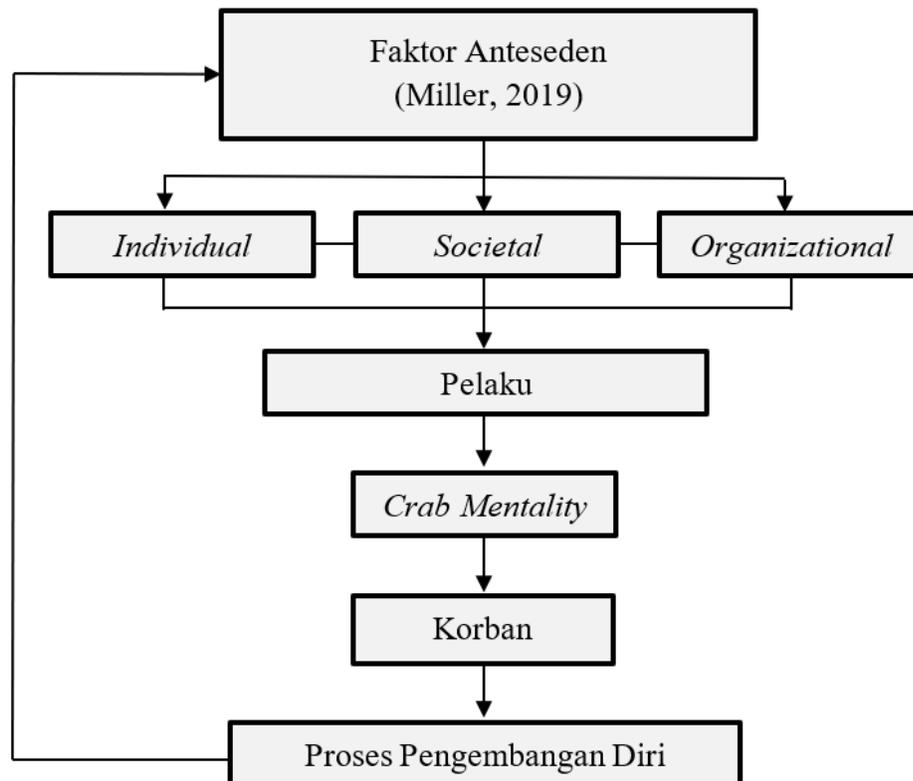
Dalam pembahasan mengenai faktor ini, peneliti akan memfokuskan pada aspek sosial dari Fenomena *Crab Mentality* pada Karyawan di Kota Bandung. Hal ini mencakup segala sesuatu yang berperan dalam menentukan bagaimana mereka berinteraksi termasuk juga membahas tentang suasana di tempat kerja, yang berhubungan dengan perasaan karyawan. Faktor kesosialan ini mencakup berbagai elemen, termasuk hubungan sosial hingga pengalaman pribadi. Peneliti akan meneliti tentang hubungan sosial karyawan dengan rekan kerja mereka serta pengalaman karyawan terkait *crab mentality* di tempat mereka bekerja.

3. Faktor Keorganisasian (*Organizational*)

Dalam pembahasan mengenai faktor ini, peneliti akan fokus meneliti tentang kultur organisasi dari Fenomena *Crab Mentality* pada Karyawan di perusahaan tempat mereka bekerja. Hal ini mencakup pada pembahasan terkait cara perusahaan tersebut beroperasi, stuktur perusahaan dan hubungan di antara berbagai komponennya. Hal ini secara umum mencakup pembahasan tentang kepemimpinan, regulasi atau kebijakan perusahaan, pengembangan karir, hingga *job description*. Faktor *organizational* membahas tentang elemen-elemen yang dapat mempengaruhi cara kerja organisasi dan perilaku semua orang di dalamnya (French, 2018).

Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang telah dijelaskan di atas akan diteliti bagaimana peranannya dalam proses pengembangan diri dari karyawan di Kota Bandung sebagai korban atau target dari individu dengan *crab mentality*. Hal ini mencakup pembahasan terkait tahapan-tahapan dari pengembangan diri pada seseorang yaitu tahapan *knowledge, desire, skills, optimism, action, dan reinforcement*.

Gambar 2.1
Alur Pikir



Sumber: Peneliti (2025)