

BAB II

GIFT-GIVING : PERSPEKTIF RAGAM PEMBERIAN BENTUK HADIAH DI LINGKUNGAN AKADEMIK

Dalam bab ini akan dipaparkan mengenai pemahaman mendalam terkait perspektif pemilihan ragam bentuk hadiah sebagai simbol budaya akademik dalam ritual kelulusan salah satunya adalah pada momen sidang akhir skripsi yang tidak hanya merupakan momen penting dalam perjalanan akademik seseorang, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai dan tradisi yang dijunjung tinggi oleh komunitas akademik. Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai proses dan bentuk pemberian hadiah yang biasanya dilakukan oleh mahasiswa, serta variasi dalam jenis hadiah yang diberikan. Hadiah-hadiah ini, seperti buket bunga, uang, makanan, atau bahkan cenderamata yang lebih personal, memiliki makna dan simbolisme yang berbeda-beda. Dengan menggali lebih dalam mengenai praktik pemberian hadiah ini, kita dapat lebih memahami bagaimana tindakan seperti memberi hadiah dapat memperkuat ikatan sosial, mengakui prestasi, dan menghargai pencapaian individu dalam lingkungan akademik serta faktor apa saja yang mendorong mahasiswa dalam melakukannya.

2.1 Hadiah

Hadiah dalam konteks sebuah pemberian di lingkup masyarakat tidak hanya diekspresikan sebagai simbol yang biasa saja. Hadiah mencerminkan hubungan sosial yang mendasari transaksi tersebut. Dalam hubungan sosial hadiah tidak hanya merujuk pada objek atau layanan yang diberikan, tetapi pada hubungan sosial di mana transaksi tersebut terjadi. Misalnya, seorang teman yang memberikan tumpangan atau anggota keluarga yang menyiapkan makan malam, merupakan bentuk hadiah yang mencerminkan kewajiban sosial dalam hubungan tersebut.

Menurut KBBI, hadiah dapat berupa penghargaan dalam suatu peristiwa, imbalan saat meraih kemenangan dalam kompetisi, atau sebagai kenangan saat perpisahan. Penelitian tentang budaya pemberian hadiah mulai marak sejak tulisan Marcel Mauss, seorang antropolog asal Prancis, pada tahun (1925), yang mendalami pertukaran objek antar kelompok untuk membangun hubungan

manusiawi. Mauss menyoroti kompleksitas dalam pertukaran hadiah dan mengenalkan istilah seperti *reciprocité* (timbal balik) dan *présents* (pemberian), yang mencerminkan ikatan emosional yang saling mempengaruhi di antara individu-individu. Analisis Mauss menekankan pentingnya memahami bagaimana manusia berinteraksi dengan objek-objek dan bagaimana hal tersebut memengaruhi hubungan sosial mereka. Lebih jauh, Mauss menegaskan bahwa setiap hadiah tidaklah diberikan tanpa sebab atau pertimbangan yang mendalam.

Hadiah dalam konteks sosial memiliki makna yang jauh lebih mendalam daripada sekadar objek yang diberikan. Hadiah mencerminkan ikatan dan hubungan antara pemberi dan penerima, serta kewajiban sosial yang ada di antara mereka. Dalam pandangan antropologis seperti yang dijelaskan oleh Mauss (Carrier, 1991), hadiah lebih dari sekadar benda material; hadiah mencakup elemen moral dan emosional yang memperkuat hubungan sosial. Ketika seseorang memberikan hadiah, mereka tidak hanya memberikan objek, tetapi juga mengekspresikan rasa hormat, pengakuan, dan keterikatan sosial terhadap penerima.

Objek yang diberikan sebagai hadiah juga memiliki sifat unik dan tidak dapat dipisahkan dari identitas pemberi dan penerima serta momen pemberian tersebut. Hadiah sering kali diberi nilai lebih dari sekadar fungsi utilitariannya karena terkait dengan kenangan, identitas, dan hubungan sosial. Misalnya, hadiah yang memiliki cerita atau sejarah tertentu antara pemberi dan penerima akan memiliki makna yang lebih dalam dan berkesan dibandingkan dengan objek yang dibeli sebagai komoditas.

Hadiah juga memainkan peran penting dalam mempertahankan dan memperkuat ikatan sosial. Dalam keluarga dan komunitas, pemberian hadiah sering kali menjadi bagian dari ritual dan tradisi yang membantu mempertahankan kohesi sosial. Hadiah dapat menjadi cara untuk mengekspresikan kasih sayang, rasa syukur, dan penghargaan, serta untuk memperkuat ikatan antara anggota masyarakat. Melalui pemberian dan penerimaan hadiah, individu mengukuhkan posisi mereka dalam jaringan sosial dan menunjukkan komitmen mereka terhadap hubungan sosial tersebut. Secara keseluruhan, hadiah dalam konteks sosial bukan hanya tentang objek yang diberikan tetapi juga tentang hubungan, kewajiban, dan

ikatan sosial yang diperkuat melalui tindakan pemberian dan penerimaan hadiah. Hadiah adalah ekspresi dari dinamika sosial yang lebih besar dan mencerminkan pentingnya hubungan interpersonal dalam membentuk struktur dan kohesi masyarakat.

2.2 Pertukaran Hadiah

Dalam konteks pertukaran (*theory exchange*), Mauss juga membandingkan hadiah dengan komoditas yang ada. Melihat hadiah dan komoditas sebagai karakteristik dari berbagai jenis masyarakat, hadiah berbeda dengan komoditas, di mana hadiah melibatkan transfer wajib dari objek atau layanan yang tidak dapat dipisahkan antara pelaku transaksi yang terkait dan saling terikat, (Mauss, 1925). Transaksi hadiah bersifat wajib dengan cara yang spesifik, di mana pihak-pihak dalam hubungan hadiah memiliki kewajiban untuk membalas hadiah yang diterima, memberikan hadiah, dan menerima hadiah. Menolak kewajiban ini berarti menolak hubungan sosial yang ada. Hadiah mencakup aspek sosial yang kuat dan mencerminkan hubungan serta kewajiban sosial antara individu, berbeda dengan komoditas biasa yang bersifat lebih material. Hadiah dalam konteks ini menggambarkan hubungan sosial yang lebih dalam dan kompleks, serta kewajiban untuk saling memberi dan menerima dalam masyarakat, (Gregory, 1980)

Model pertukaran hadiah ini tidak hanya mengamati bahwa transaksi dalam masyarakat bisa lebih mendalam dalam hubungan sosial dibandingkan dengan transaksi lainnya. Dari perspektif ini, individu tidak selalu menjadi bagian yang sepenuhnya otonom sebagaimana digambarkan dalam individualisme (Wardani, 2016) Demikian pula, benda atau objek yang dipertukarkan dalam transaksi tidak selalu bersifat netral. Objek-objek ini dapat memiliki makna khusus, identitas, dan nilai simbolis yang berbeda dalam konteks transaksi tertentu, (Mauss, 1925). Mereka tidak hanya sekadar benda yang beredar atau ditukar, tetapi juga mengandung makna sosial dan simbolis yang kaya yang dapat mempengaruhi hubungan antar individu.

Selain itu, hubungan sosial dalam transaksi hadiah tidak selalu bersifat impersonal, terutama dalam konteks masyarakat modern, (Amri, 1997).

Sebaliknya, hubungan ini bisa sangat personal dan bermakna, mencerminkan ikatan sosial yang kuat dan kewajiban moral antar individu. Hubungan sosial ini memperkuat ikatan komunitas dan menciptakan jaringan sosial yang mendalam, di mana pertukaran hadiah menjadi alat penting untuk mengekspresikan dan memperkuat ikatan tersebut. Ada proses penciptaan makna yang berkelanjutan di mana individu, objek, dan hubungan sosial saling mempengaruhi dan diciptakan kembali. Ini menekankan bahwa pemberian hadiah adalah lebih dari sekadar tindakan material; ini adalah bagian integral dari dinamika sosial yang lebih besar yang menciptakan dan mempertahankan kohesi sosial serta identitas kolektif, (Liou & Chou, 2020) Dalam konteks ini, hadiah menjadi simbol dari hubungan sosial yang lebih dalam dan kompleks yang ada dalam masyarakat (Carrier, 1991).

Pertukaran hadiah juga menciptakan hubungan yang berkelanjutan dan memperkuat ikatan sosial. Dalam hubungan yang stabil, transaksi hadiah bersifat wajib dan mencerminkan kewajiban sosial yang harus dipenuhi. Secara keseluruhan, pertukaran hadiah dalam konteks sosial tidak hanya tentang pemberian objek tetapi juga tentang memperkuat dan mempertahankan hubungan sosial melalui kewajiban dan makna simbolis yang terkandung dalam hadiah tersebut. Pertukaran hadiah adalah cara untuk mengekspresikan dan memperkuat ikatan sosial, serta untuk menegaskan komitmen terhadap hubungan interpersonal dalam masyarakat.

2.2.1 Sejarah Pertukaran Hadiah

Dalam karyanya "*The Gift*" Marcel Mauss (1925) menyelidiki sejarah dan signifikansi sosial dari pertukaran hadiah. Mauss berargumen bahwa hadiah bukan hanya objek material yang dipertukarkan, tetapi juga simbol dari hubungan sosial yang lebih dalam dan kompleks. Sejarah pertukaran hadiah menurut Mauss mencakup banyak aspek budaya yang berbeda, termasuk kebiasaan dan ritus dari masyarakat kuno hingga modern.

Mauss mengidentifikasi bahwa dalam banyak masyarakat tradisional, hadiah selalu disertai dengan tiga kewajiban: kewajiban untuk memberi, kewajiban untuk menerima, dan kewajiban untuk membalas. Ini menunjukkan bahwa pertukaran hadiah bukanlah tindakan sukarela

semata, tetapi bagian dari jaringan kewajiban sosial yang memperkuat ikatan sosial dan komunitas. Misalnya, di antara suku-suku di Melanesia dan Polinesia, pemberian hadiah seperti harta benda atau upacara adalah cara untuk menunjukkan kekuatan dan membangun aliansi sosial.

Lebih lanjut, Mauss menekankan bahwa hadiah memiliki karakter *inalienable*, yang berarti hadiah tersebut tidak sepenuhnya berpindah kepemilikan tetapi tetap terikat dengan identitas pemberi. Hadiah bukan hanya barang ekonomis tetapi juga menyimpan aspek-aspek personal dan sakral dari pemberi. Ini berbeda dengan pertukaran komoditas di masyarakat kapitalis di mana barang-barang dipertukarkan secara anonim tanpa hubungan sosial yang mendalam antara para pelaku transaksi.

Teori Mauss tentang hadiah menekankan bahwa pertukaran hadiah tidak hanya membangun dan memelihara hubungan sosial tetapi juga menciptakan dan menegaskan identitas individu dan kelompok dalam masyarakat. Salah satu bagian paling menonjol dari budaya Pasifik pada 1920-an adalah sistem pertukaran hadiah *elaborate* mereka. Melalui pemberian hadiah dan hadiah balasan, penduduk Kepulauan Pasifik menegaskan persahabatan, aliansi kontrak, dan menegaskan atau menantang keunggulan sosial.

Praktik ini tidak hanya berfungsi sebagai bentuk ekonomi non-moneter, tetapi juga memainkan peran penting dalam pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial, politik, dan keagamaan di antara komunitas-komunitas yang terlibat. Melalui pemberian hadiah yang *elaborate* dan balasan yang setara, penduduk setempat tidak hanya mengekspresikan kekayaan dan kemurahan hati, tetapi juga menegaskan atau menantang keunggulan sosial. Pertukaran ini tidak sekadar transaksi materi, tetapi juga sebuah medium yang memperkuat aliansi antar kelompok, menguatkan status sosial, dan menyampaikan pesan-pesan simbolis yang dalam terkait dengan budaya dan agama mereka. Contoh sistem Kula di Kepulauan Trobriand menggambarkan bagaimana pertukaran gelang dan kalung tidak hanya berperan dalam perdagangan

barang, tetapi juga sebagai ritual sosial yang menegaskan identitas dan koneksi antar pulau-pulau, memperkaya pemahaman akan kompleksitas budaya Pasifik pada masa itu, (Cersonsky, 2010).

Artefak, yang selama berabad-abad menjadi objek pertukaran yang paling berharga, seperti tikar halus Samoa, ornamen cangkang Kula dari Massim, adalah ikon yang mewakili warisan dari dewa atau leluhur dan ikatan orang yang hidup dengan kepribadian atau peristiwa dari masa lalu. Pertukaran objek yang dikodekan secara budaya merupakan keseluruhan sosial dan politik. Sistem pertukaran tradisional selama beberapa generasi telah diartikulasikan dengan kekuatan politik dan ekonomi dari sistem dunia modern.

Di Pulau Rossel, barang-barang ini tidak hanya dipandang sebagai benda fisik, tetapi juga memiliki makna simbolis yang mendalam dalam hubungan pertukaran mereka. Misalnya, artefak seperti haluan sampan dianggap sebagai 'gambar' dari pertukaran sebelumnya, yang mengimplikasikan hutang yang ambigu yang harus dikembalikan (Liep, 1990). Pentingnya mengembalikan hadiah secara adil sangat ditekankan di Rossel dan dalam sistem Kula, ini tidak hanya melibatkan nilai ekonomi, tetapi juga mencerminkan negosiasi status dan identitas personal para masyarakat yang terlibat.

Di Indonesia, praktik pertukaran hadiah dalam bentuk bunga juga mencerminkan dinamika serupa antara tradisi lokal dan pengaruh luar, yang selaras dengan teori Mauss tentang hadiah sebagai pembangun ikatan sosial. Bunga telah lama digunakan dalam ritual dan upacara adat Nusantara sebagai simbol kesucian, penghormatan, dan ikatan spiritual. Contohnya, bunga melati yang melambangkan kesucian dan harapan sering dipakai dalam upacara pernikahan Jawa, sesaji, dan ritual keagamaan sejak masa kerajaan Hindu-Buddha. Di Bali, *frangipani* (kamboja) menjadi elemen sakral dalam persembahan, tarian, dan upacara Hindu. Bunga-bunga lokal seperti kenanga, kantil, atau krisan juga

memiliki peran simbolis dalam adat istiadat, mencerminkan penghormatan kepada leluhur dan ikatan komunitas, (Suharson et al., 2025)

Namun, tren pemberian bunga sebagai hadiah modern (seperti buket atau bunga papan) lebih banyak dipengaruhi oleh masa kolonial Belanda. Belanda, sebagai negara dengan budaya bunga yang kuat (terkenal dengan festival tulip dan industri florikultura), memperkenalkan praktik memberi karangan bunga sebagai bentuk penghormatan, ucapan selamat, atau belasungkawa kepada kalangan elit dan pejabat kolonial. Praktik ini menyebar di Indonesia pasca-kolonial.

Pada pertengahan abad ke-20 (era 1950-an), bunga papan mulai populer terutama untuk momen duka cita dengan pesan sederhana seperti “Turut Berduka Cita”. Seiring modernisasi, tren ini berkembang pesat. Mulai era 1970-an dengan penggunaan foam untuk desain lebih kreatif, hingga 1990-an dan 2000-an di mana bunga papan menjadi aksesibel bagi masyarakat umum dan merambah acara sukacita seperti pernikahan, wisuda, ulang tahun, *grand opening*, serta acara korporasi. Desain menjadi lebih variatif dengan bunga impor (mawar, lily, anggrek) dan elemen personal.

Hari ini, pemberian bunga di Indonesia berfungsi sebagai medium non-verbal yang kuat untuk mengekspresikan emosi, dukungan, status sosial, dan memperkuat hubungan mirip dengan konsep Mauss. Ukuran dan kemewahan bunga papan sering mencerminkan tingkat penghormatan atau kedekatan, sementara pemilihan warna dan jenis bunga membawa makna spesifik (misalnya, mawar merah untuk cinta, putih untuk kesucian). Tren ini terus beradaptasi dengan budaya populer, media sosial, dan kesadaran lingkungan.

Rekam jejak historis ini menegaskan bahwa evolusi pertukaran hadiah—baik dalam skala masyarakat kepulauan arkaik di Pasifik maupun dalam realitas modernitas Indonesia selalu bergerak di atas rel kepentingan sosial yang serupa. Pergeseran medium hadiah dari artefak adat sakral seperti tikar Samoa dan kerang Kula menjadi karangan bunga modern,

buket estetik, atau komoditas urban lainnya, tidak serta-merta menghilangkan esensi moralitas yang terkandung di dalamnya. Pola komparatif ini menunjukkan bahwa masyarakat kontemporer secara sadar mengadopsi struktur kewajiban triadik Mauss (memberi, menerima, membalas) dan mereformulasikannya ke dalam ritus-ritus baru yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Transformasi dari sekadar fungsi ritual keagamaan masa lampau menjadi instrumen ekspresi gengsi sosial dan validasi hubungan interpersonal saat ini membuktikan fleksibilitas hadiah sebagai fakta sosial total (*total social fact*). Oleh karena itu, memahami sejarah pertukaran hadiah bukan sekadar menengok ke belakang pada praktik primitif ekonomi non-moneter, melainkan memetakan bagaimana manusia lintas zaman mempertahankan keharmonisan kelompok, menegosiasikan status, dan merawat ikatan emosional melalui bahasa simbolis benda.

2.2.2 Resiprositas Dalam Pertukaran Hadiah

Resiprositas dalam pertukaran hadiah merupakan konsep penting dalam antropologi dan sosiologi yang mencerminkan bagaimana pertukaran sosial terjadi dalam masyarakat. Dalam konteks ini, resiprositas merujuk pada praktik memberi, menerima, dan mengembalikan hadiah, yang menciptakan ikatan sosial dan obligasi di antara individu atau kelompok. Ketika seseorang menerima hadiah, mereka merasa berkewajiban untuk memberikan hadiah kembali pada suatu waktu di masa depan. Ini bukan sekedar transaksi ekonomi, tetapi lebih pada pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial. Tindakan memberi hadiah sering kali lebih dipengaruhi oleh nilai-nilai sosial dan budaya daripada oleh nilai ekonomis dari hadiah itu sendiri.

Resiprositas adalah aktivitas pertukaran yang melibatkan unsur timbal balik antara individu dan kelompok. (Azizah, *et al.*, 2021) Sistem pertukaran ini pada dasarnya disebut resiprositas. Secara sederhana, timbal balik adalah hubungan simetris antara satu orang dengan orang lain terkait pertukaran barang dan jasa. Sistem pertukaran sangat penting untuk

memenuhi kebutuhan masyarakat baik dalam bentuk barang maupun jasa. Timbal balik mengacu pada "bergerak antara kelompok yang saling berhubungan dan simetris", yang terjadi ketika sering ada interaksi antar individu atau kelompok. Timbal balik adalah bagian dari teori pertukaran, di mana orang secara timbal balik memberi dan menerima barang dan jasa sebagai akibat dari kewajiban sosial (Amri, 1997). Pertukaran sosial adalah tindakan sosial yang melibatkan pemberian atau pertukaran hal-hal yang bernilai antara individu berdasarkan tatanan sosial tertentu. Pertukaran komoditas mencoba menjelaskan perilaku sosial berdasarkan pertukaran imbalan atau hadiah, (Rohani *et al.*, 2021)

Ada beberapa tipe resiprositas yang sering dibahas dalam studi antropologi, yakni resiprositas umum, seimbang, dan negatif, (Swartz, 1982). Resiprositas umum terjadi ketika pemberi hadiah tidak mengharapkan balasan langsung dan spesifik, dan bentuk ini umum dalam hubungan keluarga atau komunitas yang erat, di mana pertukaran hadiah terjadi dalam jangka panjang tanpa perhitungan yang ketat. Resiprositas seimbang, di sisi lain, mengharapkan hadiah akan dibalas dengan sesuatu yang bernilai setara dalam jangka waktu tertentu, seperti dalam hubungan persahabatan atau aliansi sosial. Sedangkan resiprositas negatif terjadi ketika satu pihak mencoba mendapatkan keuntungan lebih besar dari pertukaran tersebut, misalnya dalam konteks barter atau perdagangan.

Pertukaran hadiah memiliki beberapa fungsi sosial penting, seperti membentuk dan memelihara hubungan sosial, membangun status dan kekuasaan, serta mengelola konflik dan memelihara keseimbangan sosial. Dengan memberikan dan menerima hadiah, individu memperkuat ikatan sosial dan mengungkapkan afiliasi mereka dengan kelompok tertentu. Pemberian hadiah juga digunakan untuk menunjukkan status sosial dan kekuasaan, di mana pemberi hadiah besar sering dianggap memiliki status lebih tinggi dalam komunitas. Selain itu, pertukaran hadiah dapat digunakan untuk mengurangi ketegangan dan menyelesaikan konflik, di

mana individu atau kelompok menunjukkan niat baik dan membangun *goodwill* melalui hadiah.

Dalam antropologi, Marcel Mauss adalah salah satu tokoh yang paling berpengaruh dalam studi tentang pertukaran hadiah. Dalam bukunya "*The Gift*" (1925), Mauss mengeksplorasi konsep "*hau*" dari masyarakat Maori di Polinesia, yang merujuk pada kekuatan spiritual yang melekat dalam hadiah dan memaksa penerimanya untuk membalasnya. Mauss berpendapat bahwa hadiah tidak pernah "gratis" dan selalu membawa kewajiban sosial. Dalam hal ini, ketika seseorang menerima hadiah, mereka juga menerima bagian dari roh atau esensi pemberi yang melekat pada hadiah tersebut. Hal ini dikarenakan pada masa itu, masyarakat tradisional masih memberikan hadiah yang memiliki makna simbolis terhadap leluhur atau kehidupan masa lampau. Kemudian hal ini menciptakan kewajiban moral dan sosial bagi penerima untuk membalas hadiah tersebut pada waktu yang tepat di masa depan. Mauss berargumen bahwa hadiah tidak pernah sepenuhnya "gratis" karena selalu membawa kewajiban untuk membalas.

Dengan kata lain, setiap pertukaran hadiah mengandung unsur timbal balik yang terikat secara sosial dan spiritual. Ini berarti bahwa hubungan sosial yang terbentuk melalui pemberian hadiah didasarkan pada jaringan kewajiban dan harapan yang saling menguntungkan. Oleh karena itu, tindakan memberi hadiah tidak hanya dilihat sebagai transaksi ekonomi, tetapi juga sebagai cara untuk membangun dan memperkuat ikatan sosial.

Konsep "*hau*" menunjukkan bahwa setiap hadiah memiliki kekuatan yang membuat penerima merasa terikat untuk membalasnya, menjaga keseimbangan dalam hubungan sosial. Mauss menggunakan konsep ini untuk menunjukkan bahwa dalam konteks budaya, pertukaran hadiah adalah bagian dari struktur sosial yang lebih luas, yang mengatur hubungan antarindividu dan kelompok. Melalui analisis ini, Mauss menyoroti bahwa pemberian hadiah adalah fenomena yang kompleks yang melibatkan lebih

dari sekadar pertukaran barang, tetapi juga menyangkut pertukaran nilai-nilai sosial, budaya, dan spiritual.

2.2.3 *Gift-Giving* di Lingkungan Akademik

Pemberian hadiah dalam lingkungan akademik merupakan fenomena yang kompleks dan penuh makna, melampaui sekadar simbol apresiasi. Dalam konteks ini, hadiah tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pengakuan terhadap kontribusi atau prestasi seseorang, tetapi juga memperkuat hubungan sosial antar anggota komunitas akademik. Hadiah yang diberikan oleh dosen kepada mahasiswa, misalnya, dapat memperkuat hubungan *mentor-mentee*, sementara hadiah antar kolega dapat mempererat kolaborasi dan persahabatan di lingkungan kerja. Selain itu, dinamika kekuasaan sering tercermin dalam pemberian hadiah, di mana hadiah dari atasan kepada bawahan dapat menunjukkan otoritas dan kekuasaan serta memotivasi kerja keras. Hadiah juga dapat menjadi simbol status, terutama dalam acara formal seperti wisuda atau seminar, mencerminkan *prestise* dan reputasi institusi. Namun, penting untuk mempertimbangkan aspek etika dalam pemberian hadiah untuk menghindari kesan suap atau upaya mempengaruhi keputusan, terlebih jika dilakukan di lingkungan akademik atau lembaga pemerintahan. Hadiah dapat bersifat simbolik maupun material, dengan nilai emosional dan moral yang tinggi, atau manfaat langsung yang mendukung pekerjaan akademik. Oleh karena itu, pemberian hadiah dalam kalangan akademik harus dikelola dengan bijaksana untuk mendukung tujuan pendidikan dan penelitian secara efektif.

Pemberian hadiah melibatkan dua belah pihak: pemberi, baik individu maupun kelompok, yang memberikan hadiah kepada penerima, yang bisa juga berupa individu atau kelompok lainnya. Cohn & Schiffman (1996) mengembangkan lima model hubungan dan tipe pemberian hadiah berdasarkan hubungan ini. Contohnya, pemberian interpersonal terjadi saat seseorang memberikan hadiah pada perayaan seperti Valentine, sedangkan pemberian intergrup terjadi saat satu keluarga memberikan hadiah kepada keluarga lain dalam perayaan Natal. Pemberian interkategori terjadi ketika

individu memberikan hadiah kepada kelompok, atau sebaliknya, sementara pemberian intragrup terjadi dalam kelompok tertentu, seperti saat anggota keluarga membeli mobil sebagai hadiah Natal bagi seluruh keluarga. Terakhir, pemberian intrapersonal terjadi saat seseorang memberi hadiah untuk dirinya sendiri, yang dikenal sebagai pemberian pribadi atau *self-gifting*, (Huang, 2007).

Penelitian yang dilakukan oleh (Aghai, et al., 2014) mengenai *The Truth Behind Gift Giving: An Exploratory Study To Find The Determinants Of Gift Selection By University Students* menggunakan kerangka yang membahas tiga aspek Pemberian Hadiah: Pemberi, Penerima, dan Situasi. Pemberi merujuk pada orang yang memberikan hadiah. Keputusan pemberi untuk memberikan hadiah tergantung pada faktor-faktor seperti perfeksionisme, kemampuan memberi hadiah, dan kepercayaan diri. Di lingkungan Universitas, terutama di kalangan mahasiswa pemberian hadiah merupakan tindakan yang dipengaruhi oleh banyak faktor psikologis dan sosial. (McCullough, 2008). Penelitian ini, yang didasarkan pada model kecemasan sosial (Schlenker dan Leary, 1982), menggambarkan kompleksitas di balik keputusan untuk memberikan hadiah dan bagaimana berbagai variabel mempengaruhi keputusan ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa menganggap pemberian hadiah sebagai keputusan yang rumit. Hal ini terutama disebabkan oleh niat untuk membuat kesan yang baik, keterbatasan keuangan, dan keinginan untuk menunjukkan cinta atau rasa hormat. Faktor-faktor seperti karakter pemilih penerima, pentingnya acara, dan sifat formal acara memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan mereka. Pemberian hadiah antar mahasiswa pada momen sidang akhir skripsi mencerminkan dinamika sosial dan emosional yang khas dalam lingkungan akademik. Pada saat yang penuh tekanan ini, hadiah yang diberikan antar mahasiswa biasanya berfungsi sebagai simbol dukungan, persahabatan, dan solidaritas.

Hadiah yang diberikan antar mahasiswa saat sidang akhir skripsi sering kali merupakan bentuk dukungan emosional. Mereka akan memberikan hadiah sebagai tanda dukungan moral untuk teman-teman mereka yang sedang menghadapi salah satu momen penting dalam perjalanan akademik mereka. Hadiah-hadiah ini dapat berupa barang-barang sederhana seperti cokelat, kartu ucapan, bunga dan masih banyak lagi, yang semuanya berfungsi untuk memberikan apresiasi dan semangat.

Hadiah juga berfungsi untuk memperkuat jaringan sosial di antara mahasiswa. Melalui pemberian hadiah, mahasiswa menunjukkan apresiasi mereka terhadap bantuan dan dukungan yang telah mereka terima dari teman-teman mereka selama proses penulisan skripsi. Ini menciptakan ikatan yang lebih kuat dan memperkuat rasa kebersamaan di antara mereka. Mahasiswa sering merasa perlu untuk mengungkapkan terima kasih kepada teman-teman mereka yang telah membantu mereka selama proses penelitian dan penulisan skripsi. Hadiah-hadiah ini bisa berupa barang-barang yang memiliki nilai sentimental atau barang-barang praktis yang dapat digunakan di masa depan.

Budaya dan tradisi juga memainkan peran penting dalam pemberian hadiah antar mahasiswa. (Daeng, 2019) Di beberapa budaya, pemberian hadiah saat momen penting seperti sidang akhir skripsi adalah praktik umum yang dihargai. Ini memperkuat nilai-nilai budaya dan tradisi lokal, dan menciptakan rasa kebersamaan dan identitas bersama di antara mahasiswa. Dalam konteks sidang akhir skripsi, mahasiswa mungkin merasa cemas tentang jenis hadiah yang tepat untuk diberikan. Faktor-faktor seperti kemampuan finansial, perfeksionisme, dan kepercayaan diri semuanya mempengaruhi keputusan mereka. Mereka ingin memberikan hadiah yang dapat diterima dengan baik dan memberikan kesan positif, tanpa membuat diri mereka terlihat terlalu mewah atau terlalu sederhana.

Seluruh dinamika psikososial mahasiswa dalam riset Aghai et al. serta tipologi Cohn dan Schiffman ini pada dasarnya merupakan bentuk modern dari kewajiban triadik (memberi, menerima, dan membalas) yang

termaterialisasi di ranah akademik. Model hubungan interpersonal dan intragrup yang terjadi saat sidang skripsi membuktikan bahwa buket atau hadiah sidang tidak pernah menjadi komoditas ekonomi yang netral. Benda-benda tersebut bersifat *inalienable* membawa representasi identitas pemberi dan mengikat penerima dalam utang budi moral yang harus dibayar ketika si pemberi menempuh sidangnya sendiri di masa depan. Kecemasan sosial dan perfeksionisme mahasiswa yang diidentifikasi oleh Aghai et al. muncul justru karena mereka sadar bahwa hadiah tersebut adalah perpanjangan tangan dari status sosial dan penanda solidnya ikatan *peer group* mereka. Dengan demikian, pemberian hadiah pasca-sidang skripsi di lingkungan universitas memadukan antara manajemen kesan emosional individu dengan pemenuhan struktur norma kelompok, menjadikannya sebuah ritus kontemporer yang menjaga keutuhan solidaritas sosial mahasiswa.

2.3 Variasi dalam Pemberian Ragam Bentuk Hadiah Pada Momen Sidang Akhir Skripsi

Pemberian hadiah pada momen sidang akhir skripsi memang menjadi tradisi yang cukup penting dan membanggakan di kalangan mahasiswa. Pemberian hadiah pada momen sidang akhir skripsi bukan lagi sekadar tradisi, tetapi juga sebuah ungkapan penghargaan yang mendalam terhadap perjuangan dan prestasi mahasiswa. Sidang skripsi merupakan tonggak penting dalam perjalanan akademik mereka, di mana hadiah-hadiah yang dipilih dengan cermat tidak hanya merayakan kelulusan, tetapi juga mengurangi stres pasca-sidang dan membangun kedekatan sosial di antara sesama mahasiswa. Lebih dari itu, tradisi ini mendorong motivasi dan semangat untuk meraih pencapaian lebih tinggi, sambil menunjukkan perhatian dan kepedulian terhadap individu melalui pemilihan hadiah yang sesuai dengan minat dan kepribadian mereka. Dengan demikian, pemberian hadiah pada sidang akhir skripsi tidak hanya memperingati pencapaian akademik, tetapi juga menghormati perjalanan pembelajaran yang berarti dalam membentuk identitas mahasiswa di lingkungan pendidikan tinggi.

Pemberian hadiah pada momen sidang akhir skripsi mencakup beragam variasi, mulai dari buket bunga yang indah, makanan favorit, hingga barang-barang kesukaan yang memiliki makna pribadi bagi penerimanya. Buket bunga sering dipilih karena simbolisme keindahan dan kebahagiaan, sementara makanan favorit seperti kue atau cokelat dapat menjadi cara yang manis untuk merayakan kesuksesan. Barang-barang kesukaan seperti *merchandise* dari film atau musik favorit, alat-alat hobi seperti buku-buku atau bomeka, juga sering dipilih sebagai hadiah karena mencerminkan minat dan kepribadian penerima. Selain itu, hadiah-hadiah yang bermanfaat seperti jam tangan, pakaian, atau yang lainnya juga menjadi pilihan populer di kalangan mahasiswa untuk merayakan momen bersejarah ini. Dengan variasi yang kaya seperti ini, pemberian hadiah tidak hanya menjadi ungkapan penghargaan, tetapi juga cara untuk memperkuat ikatan sosial dan membangkitkan semangat di dalam komunitas akademik (BP Guide, 2023).



Gambar 2.1 Praktik Pemberian hadiah di Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Pemberian hadiah pada momen sidang akhir skripsi tidak hanya sekadar tindakan memberi, tetapi juga mengandung simbol-simbol dan makna sosial yang kompleks dalam konteks hubungan interpersonal di antara mahasiswa. Hadiah-hadiah yang dipilih dengan cermat seperti buket bunga, makanan favorit, atau barang-barang kesukaan mencerminkan upaya untuk menyampaikan apresiasi dan dukungan yang mendalam terhadap pencapaian akademik seseorang. Buket bunga,

misalnya, tidak hanya menjadi simbol keindahan tetapi juga kebahagiaan yang ingin dibagikan dengan penerima hadiah.



Gambar 2.2 Contoh Hadiah dalam Praktik Pemberian Hadiah

Sumber : (Dokumentasi Pribadi)

Keberagaman hadiah seperti buket bunga, snack, dan hiasan dinding seperti di atas mencerminkan bahwa momen wisuda dan sidang akhir dapat dirayakan dengan cara yang sangat personal dan bermakna. Setiap jenis hadiah, baik yang bersifat estetik, fungsional, maupun sentimental, memiliki peran penting dalam mengekspresikan penghargaan dan dukungan kepada penerima. Buket bunga sering dipilih karena melambangkan keindahan, kebahagiaan, dan harapan baik, sehingga cocok untuk merayakan momen penting seperti wisuda atau sidang akhir. Snack atau makanan favorit biasanya dipilih karena selain praktis dan disukai banyak orang, hadiah ini juga menyiratkan kebersamaan dan rasa peduli terhadap kesejahteraan penerima. Sedangkan hiasan dinding atau barang-barang sentimental lainnya dipilih karena mampu mencerminkan perhatian pribadi terhadap minat dan kepribadian penerima, menjadikan hadiah tersebut lebih bermakna dan relevan. Hadiah-hadiah ini juga cenderung mudah diakses dan diterima secara luas, sehingga sering dipilih sebagai cara praktis dan efektif untuk mengekspresikan apresiasi dan dukungan.

Pilihan-pilihan ini tidak hanya memperingati momen bersejarah dalam perjalanan akademik, tetapi juga membangun semangat solidaritas di dalam

komunitas akademik. Hadiah tersebut merupakan cara untuk mengekspresikan dukungan, penghargaan, dan kebanggaan terhadap pencapaian akademik seseorang. Pesan-pesan motivasi dan harapan untuk masa depan yang lebih baik seringkali turut disertakan, menegaskan kontinuitas nilai-nilai sosial dan emosional yang terkandung dalam praktik ini, (Bachtiar *et al.*, 2023).

2.3.1 Faktor Pendorong dalam Memberikan Hadiah

Berdasarkan teori Marcel Mauss tentang “*The Gift The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*” (1925) terdapat beberapa faktor pendorong yang memungkinkan seseorang memberikan hadiah:

1. Resiprositas: Konsep utama dalam teori Mauss adalah resiprositas, di mana pemberian hadiah tidak hanya sekadar tindakan praktis, tetapi juga mengikat penerima hadiah untuk memberikan balasan. Ini mendorong seseorang untuk memberikan hadiah sebagai bentuk penghargaan atau apresiasi, dengan harapan akan ada balasan dalam bentuk lain, baik materiil maupun simbolis.
2. Penguatan Hubungan Sosial: Memberikan hadiah dianggap sebagai cara untuk memperkuat hubungan sosial antara pemberi dan penerima. Hal ini dapat mencakup hubungan personal, seperti dalam konteks persahabatan di antara mahasiswa, atau dalam lingkungan akademik yang lebih luas, untuk membangun solidaritas dan saling mendukung.
3. Ekspresi Nilai-nilai Sosial: Pemberian hadiah juga berfungsi sebagai ekspresi nilai-nilai sosial seperti cinta, rasa hormat, atau pengakuan terhadap prestasi seseorang. Misalnya, memberikan hadiah pada sidang skripsi bisa menjadi cara untuk menghormati pencapaian akademik seseorang dan mendukungnya dalam perjalanan akademisnya.
4. Identitas dan Status Sosial: Hadiah sering kali juga mencerminkan identitas sosial dan status dalam masyarakat atau komunitas tertentu. Pemberian hadiah yang dipilih dengan

cermat dapat menguatkan atau menegaskan posisi sosial seseorang dalam lingkungan akademik atau kelompok sosial lainnya.

5. Tradisi dan Norma-norma Sosial: Pemberian hadiah sering kali terkait dengan tradisi dan norma-norma sosial yang berlaku dalam masyarakat atau kelompok tertentu. Misalnya, dalam budaya akademik, memberikan hadiah pada momen penting seperti sidang skripsi dapat menjadi bagian dari norma yang memperkuat solidaritas dan persahabatan di antara sesama mahasiswa.
6. Kepuasan Pribadi: Memberikan hadiah juga dapat memberikan kepuasan pribadi bagi pemberi, karena mereka merasa telah memberikan kontribusi positif atau membuat orang lain bahagia.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, pemberian hadiah dalam konteks teori Mauss tidak hanya menjadi tindakan individual, tetapi juga bagian dari dinamika sosial yang lebih luas dalam membangun dan memelihara hubungan antarpribadi dan norma-norma sosial di masyarakat atau komunitas tertentu.

2.3.2 Makna Simbolis Hadiah

Pemilihan hadiah dalam konteks sidang akhir skripsi oleh mahasiswa merupakan proses yang kompleks. Fenomena pemberian buket hadiah di kalangan mahasiswa telah berkembang pesat, terutama pada momen-momen akademik penting seperti ujian proposal, ujian hasil, ujian akhir, atau wisuda. Tradisi ini mencakup pemberian buket yang berisi bunga, uang, boneka, snack dan lain-lain sebagai bentuk penghargaan dan perayaan. Meskipun dulunya tidak sering dilakukan, kini praktik tersebut telah menjadi sangat populer dan bahkan dianggap sebagai bagian integral dari perayaan akademik. Mahasiswa yang menyelesaikan tahap penting dalam studinya, khususnya saat wisuda atau sidang kahir skripsi, sering kali menerima banyak hadiah dari teman dan keluarga, menjadikan pemberian buket hadiah ini hampir menjadi sebuah kewajiban komunal. Transformasi

ini mencerminkan perubahan budaya di mana hadiah-hadiah simbolis ini menjadi cara untuk mengekspresikan dukungan dan kebanggaan terhadap pencapaian akademik.

Pemberian buket bunga telah menjadi tradisi yang panjang, melambangkan keindahan, penghargaan, dan makna spiritual sejak era Mesir, Yunani, dan Roma Kuno. Pada masa Renaissance, bunga digunakan sebagai sarana komunikasi nonverbal dan menjadi bagian dari gaya hidup kaum aristokrat. Tradisi ini terus berkembang hingga era modern, di mana buket bunga kini tidak hanya digunakan dalam pernikahan, tetapi juga pada acara akademik seperti wisuda dan ujian. Tren pemberian buket semakin meluas dengan berbagai variasi, termasuk rangkaian uang, boneka, hingga snack, menandakan pentingnya bunga dalam mengekspresikan emosi dan estetika (Masnawati & Ewanan, 2024).

Di Indonesia, tradisi pemberian bunga dipengaruhi oleh budaya Belanda dan semakin populer melalui media massa (Gumulya & Octavia, 2017). Budaya pemberian hadiah memiliki nuansa tersendiri, dengan bunga yang memainkan peran penting dalam budaya dan agama di nusantara. Oleh karena itu, penting untuk memahami berbagai aspek budaya dalam pemberian hadiah, seperti makna rangkaian bunga sebagai elemen estetika ruang dan bagaimana emosi positif berkontribusi pada kebahagiaan untuk seseorang yang diberikan hadiah. Secara simbolis, setiap jenis bunga memiliki arti tersendiri yang dapat mewakili emosi atau harapan tertentu. Misalnya, buket berbentuk segitiga simetris, yang menggabungkan bunga mawar merah, mawar soft pink, dan bunga aster, menggambarkan ungkapan cinta sederhana, penghargaan, dan kesederhanaan, sementara bentuk segitiga melambangkan ketegaran. Terakhir, buket berbentuk asimetris, dengan bunga mawar merah, *lily pink*, *baby's breath*, dan boneka beruang, melambangkan cinta abadi, kemakmuran, dan kehangatan, dengan boneka beruang yang memakai toga menandakan pencapaian akademik dan harapan untuk masa depan yang sukses (Wiwin, 2020).

Sementara hadiah seperti buket snack dalam perayaan wisuda atau sidang akhir skripsi di kalangan mahasiswa sering kali menjadi simbol dukungan dan apresiasi. Makanan dalam konteks ini berfungsi sebagai bentuk perayaan yang menandai pencapaian penting dalam kehidupan (Rideout, 2015). Pemberian buket snack bukan hanya sekadar hadiah, tetapi juga mencerminkan pengakuan atas usaha dan kerja keras mahasiswa dalam menyelesaikan studi mereka. Makanan sering kali dipilih sebagai sarana untuk merayakan keberhasilan karena dianggap mampu memperkuat makna simbolis dari momen tersebut (Montanari, 2006). Kue, coklat, atau snack lainnya tidak hanya menawarkan kenikmatan rasa, tetapi juga melambangkan kebanggaan, kebahagiaan, dan rasa syukur dari pemberi terhadap pencapaian penerima. Dengan demikian, buket snack berfungsi sebagai representasi visual dan simbolis dari perayaan pencapaian akademis.

Transformasi ragam material hadiah ini—dari bunga konvensional hingga komoditas pragmatis seperti makanan dan uang menunjukkan bahwa makna simbolis sebuah benda bersifat dinamis dan kontekstual. Di lingkungan akademik modern, fungsi hadiah telah bergeser dari sekadar objek estetika murni menjadi media "bahasa visual" yang dirancang untuk dikonsumsi secara publik, khususnya melalui dokumentasi di media sosial. Fenomena ini menciptakan ruang di mana bentuk, warna, dan jenis hadiah dikurasi sedemikian rupa oleh pemberi untuk memproyeksikan identitas, gengsi sosial, sekaligus derajat kedekatan relasi kelompok pertemanan (*peer group*). Komunikasi non-verbal yang terjadi melalui penyerahan hadiah ini tidak lagi bersifat satu arah antara pemberi dan penerima, melainkan bersifat multitafsir karena melibatkan audiens publik yang menyaksikannya secara langsung di lapangan maupun secara virtual di dunia maya. Akibatnya, nilai simbolis hadiah kini diukur dari kemampuannya dalam mengomunikasikan validasi sosial, kelayakan estetika untuk dipamerkan (*shareability*), serta kepekaan emosional terhadap kondisi psikologis mahasiswa pasca-ujian.

Setiap hadiah yang diberikan sering kali memiliki makna simbolis yang mendalam, tergantung pada konteks budaya dan tujuan pemberiannya. Hadiah tidak hanya berfungsi sebagai barang materi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan pesan emosional atau simbolis yang penting. Dengan memahami makna simbolis dari hadiah, kita dapat lebih menghargai kompleksitas dan kedalaman komunikasi nonverbal yang terjadi dalam setiap pemberian, serta bagaimana hadiah tersebut berkontribusi pada pembentukan dan pemeliharaan hubungan sosial.

2.4 Selayang Pandang Universitas Diponegoro

Universitas Diponegoro (Undip) didirikan pada 09 Januari 1957 di Semarang, Jawa Tengah, Indonesia. Universitas ini dinamai berdasarkan nama pahlawan nasional, Pangeran Diponegoro, yang dikenal karena perjuangannya dalam Perang Diponegoro melawan penjajahan Belanda pada awal abad ke-19. Pada awal tahun 1950-an, masyarakat Jawa Tengah, khususnya Semarang, sangat membutuhkan kehadiran sebuah universitas untuk mendukung pendidikan tinggi dan pembangunan di berbagai bidang. Pada saat itu, satu-satunya universitas negeri di Jawa Tengah dan Yogyakarta adalah Universitas Gadjah Mada, sementara jumlah lulusan sekolah menengah atas yang ingin melanjutkan pendidikan tinggi semakin meningkat. Untuk memenuhi kebutuhan ini, dibentuklah Yayasan Universitas Semarang dengan Akte Notaris R.M. Soeprapto No. 59 tanggal 4 Desember 1956. Universitas Semarang resmi dibuka pada 9 Januari 1957, dengan Mr. Imam Bardjo sebagai Presiden Universitas pertama. Pada Dies Natalis ketiga, 9 Januari 1960, Presiden Republik Indonesia Ir. Soekarno mengganti nama Universitas Semarang menjadi Universitas Diponegoro sebagai penghargaan atas kontribusinya dalam pendidikan tinggi.

Universitas Diponegoro kemudian berkembang menjadi Perguruan Tinggi Negeri (PTN) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 1961 dan, sejak 15 September 2008, berstatus Badan Layanan Umum (BLU) sesuai dengan Keputusan Menteri Keuangan No. 259/KMK.05./2008. Kini, UNDIP merupakan Perguruan Tinggi Negeri – Berbadan Hukum (PTN-BH), yang berkomitmen untuk

meningkatkan daya saing bangsa melalui pendidikan, penelitian, dan kontribusi intelektualnya. Tujuan Pendidikan Universitas Diponegoro adalah menghasilkan lulusan yang memiliki profil COMPLETE (*Comunicator, Professional, Leader, Thinker, Enterpreneur, Educator*), keunggulan nasional dan internasional serta dapat berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya dan olahraga. Adapun visi-misi Universitas Diponegoro adalah sebagai berikut :

Visi

“Universitas Diponegoro Menjadi Universitas Riset yang Unggul”

Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan sehingga menghasilkan lulusan yang unggul dan kompetitif.
2. Menyelenggarakan penelitian yang menghasilkan publikasi, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) , buku ajar, kebijakan dan teknologi yang berhasil guna dan berdaya guna dengan mengedepankan budaya dan sumber daya lokal.
3. Menyelenggarakan pengabdian kepada masyarakat yang menghasilkan publikasi, Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) , buku ajar, kebijakan dan teknologi yang berhasil guna dan berdaya guna dengan mengedepankan budaya dan sumber daya lokal.
4. Mengembangkan profesionalitas, kapabilitas, akuntabilitas dalam tata kelola universitas yang baik serta kemandirian penyelenggaraan perguruan tinggi.

2.4.1 Profil Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro

Fakultas Kesehatan Masyarakat (FKM) Universitas Diponegoro (Undip) didirikan pada tahun 1993 dengan tujuan utama untuk memajukan ilmu kesehatan masyarakat dan berkontribusi pada peningkatan kualitas kesehatan di masyarakat. FKM Undip menawarkan berbagai program studi yang mencakup Sarjana, Magister, dan Doktor dalam bidang kesehatan masyarakat, dengan kurikulum yang dirancang untuk memberikan

pengetahuan mendalam dan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan kesehatan masyarakat saat ini.

Fakultas ini memiliki visi untuk menjadi lembaga pendidikan tinggi yang unggul dalam bidang kesehatan masyarakat, dengan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kesehatan dan kesejahteraan masyarakat. Misi FKM Undip meliputi penyelenggaraan pendidikan berkualitas, pengembangan penelitian inovatif, serta pelaksanaan pengabdian masyarakat yang bermanfaat. Kurikulum di FKM Undip dirancang untuk mempersiapkan lulusan dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menangani berbagai isu kesehatan masyarakat. Fakultas ini dilengkapi dengan fasilitas modern, termasuk laboratorium, ruang seminar, dan perpustakaan khusus yang mendukung kegiatan belajar dan penelitian.

Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro (FKM UNDIP) berawal dari pendirian Program Studi Kesehatan Masyarakat di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro, yang dimulai dengan Surat Keputusan Rektor Universitas Diponegoro No.01 / SK / PT.09 / 1985 pada 4 Januari 1985. Pengembangan PSKM menjadi fakultas didukung oleh proyek pengembangan FKM di Indonesia, hasil kerjasama antara Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dengan USAID. Setelah memenuhi syarat untuk menjadi fakultas, pada 21 November 1993, diterbitkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0369 / O / 1993, yang menetapkan pendirian Fakultas Kesehatan Masyarakat di Universitas Diponegoro.

Pada awal berdirinya, PSKM hanya menerima mahasiswa Diploma tahun kedua dari Kementerian Kesehatan, namun mulai tahun akademik 1986/1987, fakultas ini mulai menerima lulusan sekolah menengah atas melalui Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru. Pada tahun akademik 1997/1998, FKM UNDIP mulai membuka program untuk mahasiswa non-reguler lulusan Diploma, dan pada tahun 2005 untuk lulusan sekolah menengah atas. Fakultas ini juga memulai program Magister Ilmu

Kesehatan Masyarakat pada tahun akademik 1999/2000, dengan beberapa konsentrasi seperti Administrasi dan Kebijakan Kesehatan, Administrasi Rumah Sakit, Promosi Kesehatan, dan Sistem Informasi Manajemen Kesehatan. Sejak tahun akademik 2001/2002, tiga konsentrasi baru ditambahkan: Kesehatan Lingkungan, Gizi Masyarakat, dan Epidemiologi. Saat ini, terdapat lima program Magister di Pascasarjana Universitas Diponegoro yang berada di bawah naungan FKM, yaitu Program Magister Ilmu Kesehatan Masyarakat, Kesehatan Lingkungan, Promosi Kesehatan, Epidemiologi, dan Gizi Masyarakat. Pada tahun 2008, FKM UNDIP meraih akreditasi "A" dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) Kementerian Pendidikan Nasional Republik Indonesia.

Dalam hal penelitian, FKM Undip aktif dalam berbagai bidang, termasuk epidemiologi, promosi kesehatan, dan manajemen kesehatan. Fakultas ini juga berkomitmen untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat, dengan berbagai program dan proyek yang bertujuan untuk meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan komunitas. FKM Undip juga menjalin kemitraan dengan berbagai institusi, baik nasional maupun internasional, untuk meningkatkan kualitas pendidikan, penelitian, dan layanan kesehatan. Ini memungkinkan mahasiswa dan staf untuk terlibat dalam proyek-proyek penelitian yang lebih luas dan memperluas jaringan profesional mereka.

Penulis memilih Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro sebagai lokasi penelitian karena beberapa alasan strategis yang relevan dengan topik penelitian mengenai tren pemberian hadiah di kalangan mahasiswa. Pertama, FKM Undip merupakan salah satu fakultas dengan jumlah mahasiswa yang cukup banyak dan memiliki komunitas yang sangat solid serta aktif dalam berbagai kegiatan akademik, terutama pada momen-momen penting seperti sidang skripsi dan yudisium. Tradisi pemberian hadiah antar mahasiswa, dosen, sangat kuat dan rutin dilakukan di fakultas ini.

Kedua, mahasiswa FKM berasal dari berbagai daerah di Indonesia sehingga memberikan keragaman budaya yang kaya dalam praktik pertukaran hadiah. Hal ini memungkinkan penelitian untuk melihat bagaimana tradisi *gift-giving* berinteraksi antara nilai-nilai lokal, adat, dan pengaruh modern.

Ketiga, aksesibilitas dan kemudahan dalam memperoleh data primer. Penulis memiliki hubungan yang baik di FKM Undip, sehingga proses pengambilan data melalui wawancara dan observasi dapat dilakukan dengan lebih efektif dan mendalam.

2.4.2 Profil Informan

Tabel 2.1 Profil Informan

No.	Nama Lengkap	Usia	Jenis Kelamin	Domisili	Angkatan
1.	AAJ	23	Laki-Laki	Bengkulu	2019
2.	RDA	20	Perempuan	Semarang	2019
3.	MS	21	Perempuan	Semarang	2020
4.	AP	22	Perempuan	Tangerang	2019
5.	RS	22	Perempuan	Semarang	2018
6.	SW	22	Perempuan	Medan	2020
7.	VAP	21	Perempuan	Jakarta	2019
8.	RA	23	Perempuan	Depok	2019
9.	YSNI	23	Perempuan	Semarang	2019

Dalam penelitian ini, penulis memilih Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Diponegoro sebagai lokasi utama untuk mengkaji tren pemberian ragam bentuk hadiah di kalangan mahasiswa, khususnya pada saat momen penting seperti sidang akhir skripsi. Informan penelitian terdiri dari sembilan mahasiswa tingkat akhir dengan rentang usia 20 hingga 23 tahun, yang telah terlibat dalam tradisi pemberian hadiah, baik di antara sesama mahasiswa FKM maupun dengan fakultas lain. Informan tersebut meliputi AAJ, seorang laki-laki berusia 23 tahun dari Bengkulu, yang pernah memberi dan menerima hadiah; RDA, perempuan 20 tahun dari Semarang, yang pernah memberi hadiah kepada teman seangkatan; MS, perempuan 21 tahun dari Semarang, yang juga terlibat dalam proses pemberian dan penerimaan hadiah; serta AP, perempuan 22 tahun dari Tangerang, yang aktif dalam tradisi pemberian hadiah saat sidang skripsi. Selain itu, RS, SW, VAP, RA, dan YSNI, semua perempuan dengan usia antara 21 hingga 23 tahun, memiliki pengalaman dalam memberikan dan menerima hadiah di Fakultas Kesehatan Masyarakat. Dalam pemilihan informan, penulis menggunakan teknik *Snowball Sampling* yang memungkinkan untuk menemukan individu dengan pengalaman relevan terkait fenomena *gift-giving*. Penelitian ini dijadwalkan berlangsung dari 20 Juni 2024 hingga 20 Juli 2024, bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang makna dan tren pemberian hadiah di kalangan mahasiswa FKM.