

ABSTRAK

Gift merupakan seluruh benda atau jasa bermanfaat ataupun tidak bermanfaat yang ditransaksikan sebagai bagian dari aktivitas sosial yang dibedakan dari kegiatan bisnis yang bertujuan membangun hubungan. *Gift* bertujuan untuk memperkuat hubungan sosial yang ada di masyarakat. Aktivitas *gift-giving* dilakukan secara umum di masyarakat, baik oleh generasi yang telah mapan dan senior, maupun generasi *millennials* yang mulai aktif melakukan interaksi sosialnya. Menggunakan pendekatan *phenomenology*, penelitian ini berusaha menggali lebih dalam mengenai perilaku pemberian hadiah pada generasi *millennials* di Surabaya, perspektif pemberi hadiah. Data diperoleh dengan melakukan *photo elicitation interview* kepada duabelas generasi millennial. Keduabelas generasi *millennials* yang menjadi narasumber diperoleh dengan menggunakan metode *purposive convenience sampling*. Hasil wawancara ditranskripsikan secara *verbatim transcription* untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan *thematic analysis* untuk mendapatkan *insight* mengenai perilaku generasi *millennials* dalam memberikan hadiah.

Keywords : *Gift-giving, millennials, photo elicitation interview, consumer behavior*

ABSTRACT

Gift is the whole object or service being transacted as part of social activity and distinguished from business activities purposed to build relationships. Gift could strengthen social relationships that exist in the society. Gift-giving activities found generally in the society, either in the mature generation or in the millennials who began to actively perform their social interactions. Using phenomenology approach, this research seeks to explore gift-giving behavior among millennials in Surabaya at the perspective of gift giver. Data obtained by doing photo elicitation interviews to twelve millennials. Purposive convenience sampling is used to obtain informant. After informant has been interviewed, the recordings transcribed through verbatim transcription and then analyzed using thematic analysis. These analysis used to gain millennials insight about their gift-giving behavior.

Keywords : *Gift-giving, millennials, photo elicitation interview, consumer behavior*

