

ABSTRAK

Praktik konsumsi kini menjadi sebuah hal yang kompleks namun menarik untuk dibahas. Diskon hadir dan menjadi satu faktor pendukung fenomena ini saat konsumen mengkonsumsi barang di *E-Commerce*. Isu konsumsi menjadi semakin unik ketika konteks sosial-budaya turut hadir dalam aktivitas yang dilakukan konsumen. Sebuah komunitas virtual yang disebut *DISCOUNTFESS* (DF) muncul sebagai sebuah wadah bagi konsumen, sebagai pemburu diskon, untuk berinteraksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas konsumsi para pemburu diskon, begitu pula dengan bagaimana mereka memperoleh makna yang erat kaitannya dengan pembentukan identitas kultur. Teori *Consumption and Everyday Life* oleh Mark Paterson mendampingi pengambilan data yang telah dilakukan lewat pengamatan partisipatif dan wawancara mendalam. Penelitian menunjukkan bahwa konsumsi pada diskon hadir dalam bentuk kreatif konsumen dalam menggunakan dan mendapatkan diskon. Dengan demikian, konsumsi dalam konteks studi ini tidak hanya mengenai kemampuan ekonomi, tetapi juga instrumen untuk menunjukkan kecerdasan konsumen yang didukung oleh hadirnya *'show off practice'* pada komunitas virtual DF.

Kata kunci: *Konsumsi, budaya konsumen, Discountfess, komunitas virtual, etnografi virtual*

ABSTRACT

The way of consuming has become complex and fascinating. One of the factors shown by the appearance of discounts within the consumption in the E-Commerce. However, the issue of consumption is unique and interesting when the socio-cultural context features the consumption acts by the consumers. Therefore, *DISCOUNTFESS* (DF) exists as the type of virtual community which gathers and becomes the medium of the consumers to build up their interactions. This study aims to figure out the act of consumption among the community members—the discount hunters—toward discounts and how they produce meaning that deals with cultural identity-forming. A theory by Mark Paterson in *Consumption and Everyday Life* accompanied the participatory observation and an in-depth interview was conducted as its method to acquire the necessary data. The finding suggests that the consumption of discounts comes in the creative use and the creative ways done by the consumers in order to get the discounts. Therefore, the unique ‘show off practice’ of the community exists as a supportive platform. It signifies that consumption is not only means of attaining economic capabilities but also an instrument to display the intelligence of the consumers.

Keywords: Consumption, Consumer culture, Discountfess, Virtual Community, Virtual Ethnography