

## ABSTRAK

Tindakan konsumsi dalam game terus berubah semenjak diperkenalkannya bisnis model *Free-to-Play*. Lima tahun terakhir menjadi awal perkembangan konsumsi dalam game, terlebih dalam genre *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)*, seperti *Mobile Legends: Bang Bang*. Maka, riset ini bertujuan untuk menyelidiki tindakan konsumsi pada komunitas *Mobile Legends: Bang Bang* pada area Surabaya Pusat dan Timur dan makna yang tertanam terhadap empat (4) bagian, yaitu pertandingan di dalam game, benda virtual di dalam game, peringkat, dan *e-Sports*, yang dapat terlihat didalam permainan *Mobile Legends: Bang Bang*. Dalam studi kasus ini menggunakan penelitian kualitatif dengan teori Featherstone tentang pola konsumsi bersama *Preliminary Approach*. Hasil yang didapatkan dari informan menunjukkan bahwa informan mengkonsumsi empat (4) bagian di dalam game dalam rangka untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain, sebagai sarana untuk menunjukkan kehormatan, sedangkan tekanan teman sebaya sebagai pendorong motif konsumsi pada informan. Dapat disimpulkan bahwa informan menggunakan *Mobile Legends: Bang Bang* sebagai alat untuk menunjukkan keinginan dan impian mereka dengan mendapatkan pengakuan dalam perjalanannya.

**Kata Kunci:** Konsumsi, Budaya Konsumen, *MOBA*, *e-Sports*

## **ABSTRACT**

The act of consumption in gaming has changed ever since the introduction of Free-to-Play business model. The last five years have become a starting point for the development of gaming consumption, especially in Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) genre, such as Mobile Legends: Bang Bang. Thus, this study is conducted to investigate the act of consumption within Mobile Legends: Bang Bang community in Central and East part of Surabaya and the meaning they embed toward four (4) segments: game matches, in-game items, rank division, and e-Sports, that could be seen within the community of Mobile Legends: Bang Bang players. In this case study, qualitative research is applied together with Featherstone's consumption patterns model alongside with Preliminary Approach. The results taken from informants show that they consume four (4) segments in the game in order to gain recognition from other player, as a tool to show off their prestige, as peer-pressure drives the informants motives. It can be concluded that Mobile Legends: Bang Bang players use the game as a tool to signify their desires and dreams through the recognition the obtain the process.

**Keywords:** Consumption, Consumer Culture, MOBA, e-Sports