

**ABSTRAK**

Sebagai permainan *first-person shooter (FPS)* yang memiliki sejarah panjang, Counter Striker: Global Offensive (CSGO) sukses menarik para pemainnya untuk membeli game dan kosmetik visual. Fenomena ini membuat pemain membuat komunitas *virtual* yang dapat digunakan sebagai wadah transaksi online. Dibentuk pada tahun 2012 dengan 19,299 anggota, CSGO Indonesia Community (CSGOIC) menjadi komunitas yang dikenal oleh pemain CSGO di Indonesia yang akhirnya mengakomodasi fitur *trade*. Studi ini dilakukan untuk meneliti pola konsumsi para anggota dalam komunitas tersebut dan makna pada barang yang mereka beli. Penelitian kualitatif ini menggunakan model pola konsumsi yang dibuat oleh Kozinet sebagai metode *virtual* etnografi. Hasil yang diambil dari wawancara 7 informan melalui percakapan daring, menunjukkan bahwa mereka mengonsumsi barang *virtual* untuk menunjukkan gengsi sebagai *gamer* dan juga agar diakui.

**Kata kunci:** *Consumption, Consumption Pattern, Counter Strike: Global Offensive, Virtual Community, Virtual Ethnography*

**ABSTRACT**

As a First-person shooter (FPS) video game that has a long history, Counter Striker: Global Offensive (CSGO) successfully attracts its players to spend their money for to pay for the games and for the visual cosmetics. This phenomena leads the player to create the virtual community called as online community. Established in 2012 with the total of 19,299 members, CSGOIC (CSGO Indonesia Community) become well known fan community for CSGO players in Indonesia that later trade feature. This study is conducted to investigate the consumption pattern of the members inside the virtual community of CSGOIC and the meanings they perceive toward the items that they buy for the game. This qualitative research used Kozinet's consumption pattern model alongside with virtual ethnography as its method. The results taken from interview with 7 informants from the community through online chatting. Through their consumption pattern, it shows that they consume virtual items in the community to show the display of prestige as gamer and also to be recognized.

**Keywords:** *Consumption, Consumption Pattern, Counter Strike: Global Offensive, Virtual Community, Virtual Ethnography*