

## ABSTRAK

Kebutuhan bermain game tidak hanya menjadi sarana kesenangan semata, tetapi bagi sebagian orang telah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Pengembang dan penerbit game memiliki cara mereka sendiri untuk meyakinkan para pemain agar membelanjakan uang mereka pada item *virtual* dalam game. Hal ini merupakan hasil dari persaingan ketat di industri game online. Selain itu, sebagai game *First Person Shooter* yang paling banyak dimainkan berdasarkan survei pribadi, 7 dari 10 pemain memilih untuk bermain *Rainbow Six: Siege*. Permainan *First Person Shooter* dari *Rainbow Six: Siege* berhasil menarik pemainnya untuk membelanjakan uang mereka untuk membeli item dalam game untuk memodifikasi operator dan meningkatkan proses bermain mereka. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk menyelidiki konsumsi para pemain di komunitas *Kentang Itu Buah atau Sayur* Surabaya dan makna dari item yang mereka beli dari game yang tidak dapat digunakan dalam kehidupan nyata. Penelitian kualitatif ini menggunakan teori konsumsi Featherstone. Hasil diambil dari wawancara mendalam dengan 5 informan melalui chatting online dan wawancara offline yang menunjukkan bahwa mereka mengkonsumsi item dalam game untuk mengekspresikan diri dan membangun identitas mereka melalui konsumsi mereka.

**Keywords:** *Rainbow Six: Siege, Konsumsi, Pandangan Konsumen, First Person Shooter (FPS), Ethnography*

**ABSTRACT**

The need of gaming does not only become a mere mean of pleasure but for some people, it has become a part of their lifestyle. Game developers and publishers are having their own way to convince players to use their money on virtual items inside the game. This is the result of the intense competition in the online game industry. In addition, as the most-played First Person Shooter game based on self-conducted survey 7 out of 10 players choose to play *Rainbow Six: Siege*. The First Person Shooter game of *Rainbow Six: Siege* successfully attracts its players to spend their money on buying an in-game items to modify their operators and improvement on their progress. Thus, this study is conducted to investigate the consumption of the players in *Kentang Itu Buah atau Sayur* community Surabaya and the meaning of the items that they buy from the game that cannot be use in real life. This qualitative research used Featherstone's consumption theory. The results taken from in-depth interview with 5 informants through online chatting and offline interview show that they consume an in game items to express themselves and construct their identity through their consumption.

**Keywords:** *Rainbow Six: Siege, Consumption, Consumer's Perspective, First Person Shooter (FPS), Ethnography*