

ABSTRAK

Firza Ramadhan, NIM: 3163122015, *Hero Skin* Sebagai Bentuk Budaya Konsumen pada Kalangan *Gamer* Remaja di Kota Medan, Skripsi, Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Medan, 2020.

Skripsi ini mendeskripsikan tentang latarbelakang pembelian *hero skin* yang dilakukan oleh para *gamer* remaja di Kota Medan, sekaligus menggambarkan adanya budaya konsumen yang berjalan dan terkait dengan perilaku pembelian tersebut. Penelitian ini mengacu pada teori budaya konsumen dari Mike Featherstone di mana ia memperkenalkan tiga perspektif untuk menjelaskan teorinya, yaitu budaya konsumen dipremiskan dengan ekspansi produksi, mode-mode orang dalam mengkonsumsi, dan adanya masalah kesenangan emosional saat mengkonsumsi. Penelitian ini dijalankan secara kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data-data yang dibutuhkan, diperoleh dari hasil observasi partisipasi pasif, wawancara, dan dokumentasi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pembelian *hero skin* yang dilakukan oleh *gamer* remaja di Kota Medan, dilatarbelakangi oleh adanya sensasi menjadi lebih keren, percaya diri, dan tidak bosan setiap kali bermain, serta adanya upaya untuk mengklasifikasikan dan membangun identitas bahwa mereka adalah *gamer* yang banyak uang alias ‘Sultan dan *pro-player*. Manfaat *hero skin* yang dijanjikan oleh *developer game* tidak terlalu terasa saat digunakan, meskipun para *gamer* tidak menyesal karena dasarnya mereka membeli bukan karena manfaat yang ditawarkan melainkan ingin dipuji dan dipandang keren. *Hero skin* nyatanya mampu mengeksploitasi para remaja di Kota Medan dengan cara seduktif sehingga tanpa sadar telah melakukan pemborosan uang dan cenderung memaksakan diri untuk diakui *gamer lain*.

Kata Kunci: Permainan *online*, *Gamer* remaja, *hero skin*, budaya konsumen.