ABSTRAK

Perkembangan teknologi telah berdampak pada berbagai hal, salah satunya adalah perekonomian. Saat ini telah muncul sebuah 'pasar baru' yang telah berkembang pesat yaitu adalah industri *game* yang menyajikan barang virtual atau *virtual goods* untuk diperjual belikan dan digunakan didalam *game.* Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif dari pembelian *virtual goods* pada industri *game online* PUBG *mobile* yang terjadi pada komunitas Revolution'z *E-sport*. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi, motif dan komunitas, metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif studi kasus, deskriptif. Peneliti memilih kriteria informan yaitu anggota dari komunitas Revolution'z *E-sport* yang melakukan pembelian *virtual goods* dengan nominal diatas 10 juta rupiah dengan pertimbangan bahwa nominal tersebut sangat besar untuk *top-up* pada *game freemium*, serta memilih informan ahli yang merupakan pengurus sekaligus menejer dari komunitas Revolution'z *E-sport*, peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap informan serta melakukan studi literagur guna mendapatkan jawaban yang relevan dengan teori yang ada.

Hasil analisis *because motives* dan *in order to motives* dalam melakukan pembelian *virtual goods* pada *game online* PUBG *mobile* adalah karena didasari oleh kesenangan pribadi, hasrat akan kepuasan diri dan juga karena dipacu oleh kepemilikian oranglain akan *virtual goods* serta untuk mendapatkan keuntungan secara ekonomi karena hal ini bisa dianggap sebagai kegiatan investasi pada saat ini. Pembelian yang dilakukan informan adalah untuk mendapatkan pakaian *in game, skin* dan *virtual goods* lainnya yang memiliki *special effect* yang dianggap dapat mengkomunikasikan suatu pesan tertentu untuk mendapatkan kepuasan serta menunjukan eksistensi diri pemain didalam *game* PUBG *mobile* tersebut.

Kata Kunci: *Game Online,* Motif Pembelian, PUBG *mobile, Virtual goods*