

ABSTRAK

Muhammad Ardiansyah Pratama Putra. Nim 210521100071. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya. Universitas trunojo Madura. Penggunaan *Outfit Branded* Sebagai Identitas Pada Kelompok Ultras Gresik Curva Sud.

Tujuan adanya penelitian ini adalah mendeskripsikan bagaimana penggunaan *outfit branded* pada kelompok Ultras Gresik Curva Sud dan memberikan pemahaman mengenai *outfit* yang digunakan oleh kelompok suporter Ultras Gresik Curva Sud melembangkan sebuah identitas yang berbeda dengan kelompok suporter lainya. Teori yang digunakan untuk menganalisis adalah Teori Konsumerisme yang diperkenalkan Jean Baudrillard.

Hasil dari penelitian adalah penggunaan *outfit branded* pada kelompok suporter Ultras Gresik Curva Sud sebagai ekspresi identitas dalam komunitas suporter Ultras Gresik Curva Sud (UGCS). *Outfit* tidak hanya berfungsi sebagai penunjang penampilan, tetapi juga sebagai tanda, diferensiasi sosial, simulasi dan identitas kolektif. Identitas bukanlah sesuatu yang statis, melainkan hasil konsumsi yang terus dinegosiasikan dan dimaknai ulang dalam kehidupan sehari-hari.

Kata kunci: Ultras Gresik Curva Sud, *outfit branded*, identitas kolektif, konsumsi.

ABSTRACT

Muhammad Ardiansyah Pratama Putra. Student ID 210521100071. Sociology Program, Faculty of Social and Cultural Sciences. Trunojo University of Madura. The Use of Branded Outfits as Identity Among the Ultras Gresik Curva Sud Group.

The purpose of this study is to describe how branded outfits are used by the Ultras Gresik Curva Sud group and to provide an understanding of how the outfits used by the Ultras Gresik Curva Sud supporter group develop a distinct identity compared to other supporter groups. The theory used for analysis is the consumerism Theory introduced by Peter Jean Baudrillard.

The results of the study indicate that the use of branded outfits among the Ultras Gresik Curva Sud supporter group serves as an expression of identity within the Ultras Gresik Curva Sud supporter community (UGCS). Outfits not only function as a means of enhancing appearance but also as sign, social differentiation, simulation, and collective identity. Identity is not static but rather the result of consumerism that is continuously negotiated and reinterpreted in daily life.

Keywords: *Ultras Gresik Curva Sud, branded outfits, collective identity, consumerism.*