

ABSTRAK

Brigata Curva Sud adalah kelompok suporter sepak bola yang memberikan dukungan kepada tim PSS Sleman dan berdiri pada tanggal 5 Februari 2011 .Brigata Curva Sud merupakan suporter sepak bola yang memiliki kreativitas yang tinggi di Indonesia dan masuk dalam 10 suporter atraktif dan kreatif di dunia versi situs TIFO. Brigata Curva Sud terdiri dari 200 komunitas-komunitas kecil di Yogyakarta dan Jawa Tengah. Bukan hanya fanatisme yang ditunjukkan oleh Brigata Curva Sud tetapi loyalitas dan kreativitas serta menjaga sinergi kepada seluruh anggota suporter. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi kreatif yang dijalankan oleh kelompok suporter Brigata Curva Sud dalam menghasilkan karya kreatif. Analisis deskriptif komunikasi kreatif Brigata Curva Sud menggunakan pendekatan teori Kepribadian Kelompok. Sumber data diperoleh dari wawancara, observasi dan analisis dokumen menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Kemudian diuji validitas data dengan metode triangulasi sumber dan dilanjutkan dengan teknik analisis reduksi data. Hasil penelitian menjelaskan bahwa bentuk pesan kreatif meliputi koreografi mozaik, *chants* atau yel-yel bersifat membangun dan media kreatif seperti Eljattv, RadioElja, dan situs bcsxpss.com. Brigata Curva Sud membentuk badan usaha untuk membantu keuangan PSS Sleman diantaranya CSShop, CSMart, dan Papan reklame. proses komunikasi kreatif dilakukan oleh anggota Brigata Curva Sud melalui penciptaan dan Forum.

Kata kunci :Pesan Kreatif, Suporter Sepak bola, Brigata Curva Sud, Komunikasi kelompok

ABSTRACT

Brigata Curva Sud is group of football fans club who provide support to team PSS Sleman and was born in February 5, 2011 .Brigata Curva Sud is football fans have a good creativity in Indonesia and top 10 attractive, creative supporters in the world according TIFO , Brigata Curva Sud have a 200 small communities in Yogyakarta and Central of Java. Brigata Curva Sud just shown the fanaticism but they have loyalty and creativity as well as maintaining the synergy to all members. This study aims to analyze the process of creative communication that is run by a group of supporters Brigata Curva Sud in producing creative work. Descriptive analysis of BCS's creative communication is based on Corporate Personality theory. Sources of data obtained through interview, observation and document analysis using qualitative methods with the type of descriptive analysis. The validity of the data is tested by triangulation method of sources and continued with data reduction analysis techniques.The results of the study explained that the creative message includes form a mosaic choreography, constructive chants/slogans and creative media such as Eljatv, RadioElja and bcsxpss.com . Brigata Curva Sud have a business entity to help PSS Sleman for the team finance such as a CSShop, CSmart, and billboard. The creative communication process carried out through in creation and Forum by the Brigata Curva Sud members.

Keywords: *Brigata Curva Sud, creative message, football fans club, group communication*