

ABSTRACT

Raka Cahya Diningrat. 1175030210. THE CONSUMER SOCIETY AND THE URGE OF COUNTERCULTURE NARRATIVE IN CHUCK PALAHNIUK'S *FIGHT CLUB*. An Undergraduated Thesis, English Literature, Faculty of Adab and Humanities, Sunan Gunung Djati State Islamic University Bandung. Supervisor: 1. . Dr. H. Yuyun Nurulaen, M.Si 2. Udayani Permanaludin. SS. M.Pd.

Keywords: counterculture, consumer society, narrative analysis

The purpose of this research is to find out identification about the narrative of consumer society and to reveal the examination about the counterculture narrative in Chuck Palahniuk's *Fight Club*. This research used qualitative method; the data of the research were taken from narrative novel. They were classified by using Bauliard's theory (1984) for consumer society and Herbert Marcuse's theory (1993) for counterculture. The findings of the research show the novel explores the intersection of consumerism and violence, with *Fight Club* providing an outlet for the aggressive rejection of consumer values. Destruction takes center stage as a liberating act against the conformist grip of consumer society. The *Fight Club*, with its ritualistic destruction of consumer goods, becomes a symbolic rebellion, offering participants an avenue to reclaim their identities and autonomy. Tyler Durden's anti-consumerist philosophy becomes a guiding ethos, criticizing advertising, corporate influence, and the relentless pursuit of material wealth. The novel's exploration of destruction as a form of liberation underscores its counter-cultural ethos. The ritualistic destruction of consumer goods within *Fight Club* serves as a symbolic act of rebellion against the conformist dictates of consumer society. The characters find empowerment through the act of dismantling the very symbols of their enslavement to materialism. Palahniuk's narrative also delves into the seductive allure of consumer culture and the subsequent disillusionment that follows. Characters navigate a world where the pursuit of material happiness ultimately leads to a sense of emptiness. The novel critiques corporate influence, advertising, and the commodification of human identity within the broader context of consumer culture.

ABSTRAK

Raka Cahya Diningrat. 1175030210. THE CONSUMER SOCIETY AND THE URGE OF COUNTERCULTURE NARRATIVE IN CHUCK PALAHNIUK'S *FIGHT CLUB*. Skripsi, Sastra Inggris, Fakultas Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Pembimbing:: 1. Dr. H. Yuyun Nurulaen, M.Si
2. Udayani Permanaludin. SS. M.Pd.

Kata Kunci: budaya tandingan, masyarakat konsumen, analisis naratif

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui identifikasi narasi masyarakat konsumen dan mengungkap kajian narasi tandingan budaya dalam *Fight Club* karya Chuck Palahniuk. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif; Data penelitian diambil dari novel naratif. Mereka diklasifikasikan menggunakan teori Baudriard (1984) untuk masyarakat konsumen dan teori Herbert Marcuse (1993) untuk budaya tandingan. Temuan penelitian menunjukkan novel ini mengeksplorasi titik temu antara konsumerisme dan kekerasan, dengan *Fight Club* menyediakan jalan keluar bagi penolakan agresif terhadap nilai-nilai konsumen. Penghancuran menjadi pusat perhatian sebagai tindakan pembebasan terhadap cengkeraman konformis masyarakat konsumen. *Fight Club*, dengan penghancuran barang-barang konsumsi secara ritual, menjadi pemberontakan simbolis, menawarkan para peserta jalan untuk mendapatkan kembali identitas dan otonomi mereka. Filosofi anti-konsumeris Tyler Durden menjadi etos penuntun, mengkritik periklanan, pengaruh perusahaan, dan pengejaran kekayaan materi yang tiada henti. Eksplorasi kehancuran dalam novel sebagai bentuk pembebasan menggarisbawahi etos kontra-budayanya. Penghancuran barang-barang konsumsi secara ritual dalam *Fight Club* berfungsi sebagai tindakan simbolis pemberontakan melawan perintah konformis masyarakat konsumen. Para karakter menemukan pemberdayaan melalui tindakan membongkar simbol-simbol perbudakan mereka pada materialisme. Narasi Palahniuk juga menggali daya tarik budaya konsumen dan kekecewaan yang mengikutinya. Karakter menavigasi dunia di mana pencarian kebahagiaan materi pada akhirnya mengarah pada perasaan hampa. Novel ini mengkritik pengaruh perusahaan, periklanan, dan komodifikasi identitas manusia dalam konteks budaya konsumen yang lebih luas.