

AKSESIBILITI DAN PEMBENTUKAN KOMUNITI SUBBUDAYA COSPLAY JEPUN DI MALAYSIA

(ACCESSIBILITY AND THE FORMATION OF JAPANESE
COSPLAY SUBCULTURE COMMUNITY IN MALAYSIA)

Rohayati Paidi¹ dan Asmadi Hassan²

¹Jabatan Asia Timur, Fakulti Sastera & Sains Sosial UM,
rohayatipaidi@um.edu.my

²Jabatan Asia Timur, Fakulti Sastera Dan Sains Sosial,UM,
madisan@um.edu.my

ABSTRAK

Subbudaya didefinisikan sebagai gaya hidup alternatif yang diamalkan secara kolektif oleh individu yang tidak semestinya sama dari segi status sosioekonomi, tetapi berinteraksi di antara mereka melalui minat yang sama iaitu objek budaya. Globalisasi telah membolehkan apa-apa bentuk subbudaya luar diamalkan oleh masyarakat tempatan. Pembentukan subbudaya dalam era globalisasi bergantung kepada tiga struktur sosioekonomi iaitu kemajuan dalam teknologi, perkembangan industri budaya dan peningkatan autonomi individu. Kemajuan teknologi membolehkan pengetahuan subbudaya disebarkan di seluruh dunia dengan cepat, secara besar-besaran dan berkesan. Selain itu, perkembangan industri budaya mendorong pengkomersilan produk kreatif yang membolehkan pengguna dapat menggunakan objek budaya dengan mudah. Pada masa yang sama, autonomi individu meningkatkan lagi peluang kepada setiap anggota masyarakat untuk "membebaskan diri" dari norma-norma masyarakat sedia ada dan melibatkan diri dengan aktiviti-aktiviti kreatif dan/atau luar biasa. Kajian ini membincangkan bagaimana aksesibiliti kepada trait subbudaya cosplay Jepun telah menggalakkan pembentukan subbudaya cosplay Jepun di Malaysia.

Kata kunci dan frasa: aksesibiliti, subbudaya, *cosplay*, globalisasi, *gemeinschaft* dan *gesellschaft*

ABSTRACT

Subculture defined as an alternative lifestyle practiced collectively by individuals who are not necessarily similar in terms of their respective socioeconomic status, but interacted amongst them through a shared interest upon a cultural object. Globalization has made it possible for any forms of non-local overseas subcultures to be practiced by the local society. The forming of subcultures in the globalization era owes to another three socioeconomic structures namely advances in technology, expansion of the culture industry and increase of individual autonomy. Technological advances enable subcultural knowledge to be transmitted across the globe very rapidly, massively, and effectively. Aside from that, the expanding cultural industry prompted the commercialization of creative products hence offering easy availability and affordability to consumers. On the other hand, as individual autonomy increases it offers each and every member of society the opportunity to “break free” from societal norms every now and then and involve oneself with creative and/or extraordinary activities. This study discusses how the accessibility to the traits of Japanese cosplay subculture encouraged the formation of Japanese cosplay subculture communities in Malaysia.

Keywords and phrases: accessibility, subculture, cosplay, globalization, gemeinschaft and gesellschaft

PENDAHULUAN

Subbudaya merupakan gaya hidup alternatif yang terbina hasil perkongsian norma, nilai dan kepercayaan oleh sebilangan individu melalui proses sosialisasi. Kedudukan subbudaya dalam masyarakat tidak seharusnya dipisahkan sebagai cabang kepada budaya utama, sebaliknya ia merupakan kepelbagaian gaya hidup yang wujud dalam sesebuah budaya. Clinard and Meier (2010, 14) mentafsirkan subbudaya seperti berikut.

“Subculture is a culture within a culture – a collection of norms, values, and beliefs with content distinguishable from those of the dominant culture. This definition implies that members of the subculture participate in and share the larger culture of which the subculture is a part. At the same time, it implies that

the subculture observes some norms and meanings peculiar to its members.”

Sejak kajian bertemakan subbudaya diperkenalkan di Amerika Syarikat pada tahun 1913 (Blackman 2005, 4), penyelidikan secara komprehensif dan berterusan telah membawa kepada tiga dimensi pemikiran yang berpengaruh. Pertama, penyelidikan yang mengaitkan identiti subbudaya dengan urbanisasi, tingkah laku devian dan juga kitaran hidup, serta menggunakan pendekatan empirik dan etnografi sepertimana yang dilaksanakan oleh para ahli sosiologi dari aliran pemikiran Chicago sekitar era 1950-an. Kedua, penyelidikan yang mempertimbangkan identiti subbudaya sebagai satu bentuk penentangan terhadap kedudukan dari segi kelas dan struktur masyarakat sebagaimana yang dilaksanakan oleh para pengkaji dari Pusat Pengajian Budaya Kontemporari (CCCS), Universiti Birmingham sekitar tahun 1970-an. Ketiga, penyelidikan yang menggunakan pendekatan ‘pasca subbudaya’ iaitu berbeza daripada falsafah kajian subbudaya CCCS yang terlalu menekankan kepada perbezaan dari segi kelas masyarakat kepada membangunkan teori subbudaya yang lebih relevan dengan konteks masyarakat era pasca moden. Pendekatan pasca subbudaya menekankan kesemasaan mereka dengan berhujah tentang aspek-aspek pasca moden seperti perpecahan identiti, kehibridan, kesementaraan, mobiliti, sentimen polos politik dan juga penyanjungan terhadap ketidaktulenan (Gelder 2005, 12). Penyelidikan pasca subbudaya mula memperolehi momentum sejak awal tahun 1990-an, dan ia menjadi lebih bersifat pragmatik jika dibandingkan dengan pendekatan romantisme yang diaplikasikan dalam kajian CCCS (Muggleton and Weinzierl 2004, 3). Para pengkaji pasca subbudaya turut melibatkan peranan media dan industri dalam setiap analisis mereka ke atas proses pembentukan subbudaya.

Walau apa juga bentuk pendekatan yang diaplikasikan, penyelidikan-penyelidikan subbudaya yang dilaksanakan dalam tempoh seabad kebelakangan ini ternyata tidak dapat lari daripada konsep ‘komuniti’ yang diperkenalkan oleh Ferdinand Tonnies melalui

bukunya *Gemeinschaft und Gesellschaft*, terbitan pertama tahun 1887 (Gelder 2005, 6). Tonnies membuat pembahagian yang jelas antara ‘komuniti’ (*Gemeinschaft*) dan ‘masyarakat’ (*Gesellschaft*) dengan mendefinisikan ‘komuniti’ sebagai satu bentuk organisasi sosial yang dibangunkan pada peringkat awalnya melalui jaringan kekeluargaan atau tali persaudaraan seperti ahli keluarga, sahabat handai, jiran tetangga, dan kemudiannya dikembangkan kepada masyarakat yang lebih luas. Manakala ‘masyarakat’ pula menurut Tonnies merupakan sebuah organisasi sosial yang dikawal selia secara atas-bawah (*top-down*) oleh pihak pemerintah di mana perhubungan dibina berdasarkan kepada penggubalan undang-undang, pendapat umum dan adat resam (Gelder 2005, 6).

Berdasarkan pengkonsepsian tradisional, komuniti terbentuk pada peringkat awal berdasarkan pertalian darah, kemudian berkembang kepada pertalian lokasi dan akhirnya berkembang kepada pertalian semangat apabila ahli-ahli komuniti tersebut mula berganding bahu mencapai matlamat yang sama (Tonnies and Harris 2001, 27). Secara fizikal, ahli-ahli komuniti mendiami rumah (bagi komuniti yang berdasarkan pertalian darah), kampung (pertalian lokasi) dan bandar (pertalian semangat). Hukum asas sesebuah komuniti digariskan seperti berikut iaitu,

“(i) *Relatives and spouses love each other or easily get used to one another. They often think of each other and like to converse together. The same is true of neighbours and other friends as well.* (ii) *There is mutual understanding between those who love each other.* (iii) *Those who love and understand each other stay together and organise their joint existence.*”

(Tonnies and Harris 2001, 34)

Pengkonsepsian tradisional menegaskan bahawa, komuniti sentiasa kekal bersatu walaupun terdapat perkara-perkara yang memisahkan mereka (Tonnies and Harris 2001, 52). Konsep *Gemeinschaft* paling mudah difahami dalam konteks masyarakat

pramoden. Walau bagaimanapun konsep ini masih dapat diaplikasikan dalam menjelaskan komuniti-komuniti subbudaya moden seperti *gang subculture* atau *working-class subculture* yang terbentuk berdasarkan pertalian kelas sosial atau status sosioekonomi. Persoalannya, bagaimana untuk mengaplikasikan konsep tersebut dalam konteks masyarakat pasca moden yang mana ahli-ahlinya lebih bersifat *Gesellschaft*? Menurut Tonnies,

“Gesellschaft . . . consisting of separate individuals who en masse work on behalf of Society in general, while appearing to work for themselves, and who are working for themselves while appearing to work for Society. By a constantly repeated process of functional division and rational choice the individual is finally reduced to starkly equal, simple, elementary units of labour, like atoms.” (Tonnies and Harris 2001, 56-57)

Bagaimanakah komuniti boleh terbentuk di kalangan masyarakat kontemporari yang lebih bersifat individualistik kesan daripada perubahan struktur sosioekonomi yang menuju ke arah industrialisasi, urbanisasi, dan kapitalisme? Kajian ini berhujah bahawa jawapan bagi persoalan tersebut adalah kerana lanjutan perubahan secara total struktur sosioekonomi dunia yang menuju ke arah globalisasi, berteknologi tinggi, dikelilingi industri budaya dan individu berautonomi. Struktur sosioekonomi yang memudahkan masyarakat dunia mengakses kepada trait-trait subbudaya dari pelbagai sumber telah mempelbagaikan pilihan dari segi gaya hidup setiap individu. Komunikasi yang terjalin sewaktu mengakses trait-trait tersebut menyatukan individu-individu yang pada zahirnya tidak mempunyai sebarang pertalian.

Keterterapan pengkonsepsian oleh Tonnies dalam konteks penyelidikan subbudaya kontemporari adalah disebabkan oleh keupayaannya menjelaskan bagaimana masyarakat moden yang terdedah kepada individualisasi mampu membentuk kumpulan sosial tersendiri. Dengan berpaksikan kepada konsep komuniti seperti yang

disarankan oleh Tonnies, penekanan dalam penyelidikan subbudaya kontemporari lebih menjurus ke arah keheterogenan (kepelbagaian) dan bukannya kehomogenan (keseragaman). Dalam istilah lain, ia tidak memfokus kepada keserupaan sebaliknya menekankan kepada kelainan atau dalam istilah poplarnya 'devian' (Gelder 2005, 6).

METODOLOGI PENYELIDIKAN

Kajian ini berbentuk kualitatif yang bermatlamat mengkaji mekanisme pembentukan komuniti subbudaya dalam era globalisasi. Paradigma kajian ini dibina berdasarkan kepada empat andaian berikut. Pertama, andaian ontologikal pengkaji berhujah bahawa masyarakat kontemporari era globalisasi berpeluang mengakses kepada pelbagai trait subbudaya dengan bantuan kemajuan teknologi, perkembangan industri budaya serta peningkatan autonomi individu, di mana aksesibiliti tersebut membolehkan mereka membuat pilihan ke atas gaya hidup alternatif yang ingin dipraktikkan.

Kedua, andaian epistemologikal pengkaji mencadangkan bahawa pengetahuan tentang pembentukan subbudaya dapat diperolehi melalui penelitian ke atas perincian proses yang dilalui oleh masyarakat kontemporari sewaktu mengakses, membuat pilihan dan mempraktikkan trait-trait subbudaya yang diterima. Proses tersebut berakar umbi dari masyarakat kontemporari yang tidak mempunyai sebarang pertalian tetapi berkongsi minat yang sama ke atas sesuatu elemen subbudaya. Kehidupan masyarakat kontemporari yang dikelilingi oleh empat bentuk struktur sosioekonomi iaitu globalisasi, kemajuan teknologi, perkembangan industri budaya dan peningkatan autonomi individu memudahkan trait-trait subbudaya tersebut ditransmisikan ke lokasi mereka.

Ketiga, andaian aksiologikal pengkaji berhujah bahawa dalam memahami setiap proses pembentukan subbudaya, nilai subjektif adalah penting di mana pengkaji perlu mengambil kira sebarang bentuk penjelasan yang timbul sewaktu proses analisis ke atas pembentukan subbudaya dilaksanakan. Justifikasi bagi perkara tersebut ialah setiap

realiti mempunyai penjelasan yang berbeza-beza bergantung kepada perspektif dan interpretasi pihak yang menganalisis. Oleh itu, pemerhatian tidak seharusnya dihadkan kepada perspektif teori sedia ada kerana ia boleh mengakibatkan pengabaian ke atas konsep-konsep yang baharu tetapi relevan.

Keempat, andaian metodologikal pengkaji berhujah bahawa kaedah terbaik untuk mengenalpasti proses pembentukan subbudaya ialah dengan melaksanakan kajian kes supaya penelitian mendalam, berfokus dan komprehensif dapat dilaksanakan dalam tempoh masa yang terhad. Secara keseluruhannya, kajian ini menggunakan pendekatan *constructivism* dalam analisis yang dijalankan kerana pendekatan tersebut dapat mengimbangi antara *objectivism* (setiap realiti adalah kebenaran dan pengkaji hanya perlu melaporkan kebenaran yang dilihat) dan *subjectivism* (realiti adalah sesuatu yang dipercayai/diceritakan sebagai benar oleh pengkaji dan tiada realiti sebenar yang mendasari kepercayaan/penceritaan tersebut).

Reka bentuk bagi kajian ini adalah berdasarkan kepada format kajian kes di mana Komuniti Comic Fiesta telah dipilih sebagai kumpulan sasaran kajian. Data-data telah dikumpulkan dan dianalisis berdasarkan laman forum rasmi Komuniti Comic Fiesta. Pemilihan Komuniti Comic Fiesta sebagai kes kajian adalah berdasarkan kepada pertimbangan bahawa komuniti tersebut telah memainkan peranan signifikan dalam pembentukan dan perkembangan subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia. Sejak penganjuran acara Comic Fiesta yang pertama pada tahun 2002, Komuniti Comic Fiesta telah berjaya menarik sehingga 20,000 orang rakyat Malaysia untuk menjadi ahli komuniti mereka.

KONSEP AKSESIBILITI DALAM SUBBUDAYA

Setiap pilihan manusia dalam kehidupan adalah terhad kepada pilihan-pilihan yang mereka temui dalam situasi tertentu (Goodlad 2007, 114-115). Walaupun terdapat kemungkinan adanya pilihan yang lebih baik daripada apa yang telah dipilih, namun jika ianya berada di luar

jangkauan minda dan penglihatan, adalah mustahil untuk mereka membuat pilihan tersebut. Sebagai contoh, seseorang yang ingin memilih pakaian untuk dibeli hanya akan memilih pakaian yang berada di hadapan matanya ataupun dari kedai yang dikunjunginya sahaja. Hal yang serupa juga boleh diaplikasikan ke atas subbudaya sebagai gaya hidup alternatif. Manusia boleh memilih apa juga bentuk subbudaya yang ingin disertai, ataupun mengenyepikannya. Namun logik menetapkan bahawa mereka hanya akan memilih bentuk-bentuk subbudaya yang terjangkau oleh akal fikiran serta kemampuan diri masing-masing.

Namun, sekiranya diinterpretasi secara lebih mendalam tanpa menekankan kepada limitasi yang wujud dalam pilihan, ia akan menjurus kepada kesimpulan bahawa manusia sentiasa mempunyai peluang untuk membuat pilihan yang terbaik dan tidak terlalu tipikal dengan orang-orang lain di sekelilingnya. Jika perkara tersebut diaplikasikan dalam kes subbudaya, apa yang boleh disimpulkan ialah, manusia sentiasa mempunyai peluang untuk memilih apa juga bentuk subbudaya yang ingin disertainya termasuklah subbudaya yang mempunyai nilai-nilai yang jauh berbeza daripada budaya yang diamalkan oleh orang-orang di sekelilingnya. Peluang tersebut menjadi lebih besar bagi mereka yang mempunyai tahap aksesibiliti yang tinggi terhadap pilihan-pilihan subbudaya yang wujud di seluruh dunia.

Dalam era globalisasi dan teknologi maklumat kini, peluang untuk mendekati sesebuah subbudaya menjadi lebih tinggi berikutan kemampuan manusia membina jaringan perhubungan yang lebih luas. Globalisasi telah membolehkan manusia untuk merentasi sempadan negara atau benua dan tidak hanya terkongkong di dalam komuniti lokal. Manakala, teknologi yang sentiasa melalui proses inovasi pula telah membolehkan manusia membentuk jaringan perhubungan di alam maya. Kesannya, nilai-nilai yang menjadi identiti sesebuah subbudaya dapat disebarkan kepada kumpulan sasaran yang lebih luas.

Pengetahuan serta maklumat tentang subbudaya terbabit juga dapat dikongsi dengan lebih meluas dan pantas menerusi laman-laman sesawang. Barangan keperluan ataupun komoditi yang menjadi simbol

kepada subbudaya pula dikomodifikasikan secara efektif melalui kaedah pembelian atas talian. Laman-laman sosial di internet pula menjadi ruang bagi peserta subbudaya berkumpul dan berkongsi gaya hidup mereka. Kesimpulannya, globalisasi dan kemajuan teknologi menjadi pemangkin kepada pembentukan komuniti subbudaya kontemporari memandangkan setiap individu kini memiliki tahap aksesibiliti yang tinggi ke atas empat trait penting subbudaya iaitu pertama, pengetahuan tentang subbudaya; kedua, komoditi yang menjadi simbol subbudaya; ketiga, nilai-nilai yang menjadi identiti subbudaya; dan keempat, ruang bagi menzahirkan kesemua trait di atas.

Aksesibiliti dalam kajian ini merujuk kepada kebolehcapaian seseorang ke atas sebarang bentuk pengetahuan, idea, nilai, amalan, produk, perkhidmatan, persekitaran, ruang atau keadaan yang mampu memberikan modal budaya kepada dirinya. Dengan bantuan media, akses ke atas trait-trait subbudaya dalam era globalisasi dan teknologi maklumat dilakukan secara aktif melalui interaksi dan penglibatan secara langsung seseorang dalam aktiviti subbudaya Griswold (2013, 153-154).

Aksesibiliti ke atas produk subbudaya juga merupakan faktor penyumbang kepada pembentukan pantas komuniti subbudaya. Jika industri budaya berperanan memasarkan produk-produk budaya secara massa, kelahiran industri subbudaya pula menyumbang kepada pengkomersialan produk-produk 'luar biasa' di pasaran. Satu contoh senario pasaran yang terhasil daripada aktiviti industri budaya ialah lambakan pakaian yang bertemakan filem atau siri adiwira yang mendapat sambutan luar biasa di televisyen ataupun panggung wayang. Dalam percaturan industri budaya, pengguna diletakkan sebagai pihak yang pasif menerima apa juga trend budaya yang ditentukan oleh pihak pengeluar. Baju-T berlakarkan gambar adiwira fiksyen seperti Batman, Spiderman, Superman, Ben 10, dan Upin & Ipin dijual di merata tempat dan dipakai oleh individu-individu yang tidak saling berinteraksi sebagai ahli sesebuah komuniti. Sebaliknya, industri subbudaya menawarkan produk yang bukan sahaja memberikan pengertian tertentu kepada pengguna, malahan menyatukan para

pengguna sebagai sebuah komuniti kesan perkongsian pengertian tersebut.

PEMBENTUKAN KOMUNITI COSPLAY DI MALAYSIA

Kebelakangan ini, semakin ramai golongan remaja serta dewasa di Malaysia yang mengenakan pakaian menyerupai karakter-karakter dalam siri kartun. Gaya penampilan tersebut digelar *cosplay* dan individu pelaku kepada gaya tersebut dinamakan *cosplayer*. Seseorang tidak digelar *cosplayer* hanya kerana mengenakan pakaian menyerupai karakter dalam siri kartun, tetapi disebabkan penglibatannya dalam aktiviti kolektif yang memerlukan pemakaian kostum, penghayatan watak dan peragaan di khalayak ramai. *Cosplay* kini telah bertapak sebagai sebuah subbudaya yang wujud dalam kalangan golongan remaja dan dewasa, bukan sahaja di Malaysia tetapi juga di seluruh dunia.

Subbudaya *cosplay* yang berkait rapat dengan karakter kartun telah berkembang pesat di Jepun sejak awal tahun 1980-an seiring dengan perkembangan animasi Jepun (*anime*), komik Jepun (*manga*) dan permainan video (*video game*), atau ringkasnya ACG di negara tersebut. Kejayaan ACG Jepun merentasi sempadan pelbagai negara dan benua telah turut membawa bersamanya subbudaya *cosplay* ke serata dunia. Kesannya, peminat-peminat ACG Jepun di seluruh dunia termasuk Malaysia, tidak ketinggalan melakukan aktiviti-aktiviti yang lazim dilakukan oleh peminat-peminat genre hiburan tersebut seperti di Jepun.

Terdapat lima perkara berkaitan latar belakang ahli komuniti tersebut yang boleh disimpulkan berdasarkan pemerhatian dalam kajian ini, iaitu pertama, dari segi jantina, bilangan peserta wanita melebihi bilangan peserta lelaki. Kedua, dari segi latar belakang kaum, didapati bilangan peserta dari kaum Cina melebihi bilangan kaum Melayu, dengan penyertaan yang sangat sedikit daripada kaum India. Ketiga, dari segi tahap umur, majoriti umur peserta subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia adalah dalam lingkungan 13 hingga 25 tahun. Walau

bagaimanapun, terdapat sebilangan yang berusia di antara 25 hingga 40 tahun. Keempat, sejajar dengan tahap usia mereka, didapati bahawa majoriti para peserta subbudaya tersebut terdiri daripada golongan pelajar sama ada di peringkat kolej, universiti atau di peringkat sekolah menengah. Manakala selebihnya sudah memasuki alam pekerjaan. Kelima, kajian mendapati bahawa majoriti ahli komuniti berkenaan berasal ataupun sedang menetap di Kuala Lumpur dan Selangor diikuti oleh Pulau Pinang, Melaka dan Sabah.

Hasil kajian ini mendapati bahawa subbudaya cosplay Jepun di Malaysia terbentuk seiring dengan penganjuran acara-acara berkaitan dengannya di lokasi-lokasi tertentu. Ini mengukuhkan lagi hujahan bahawa penglibatan dalam sesebuah subbudaya merupakan hasil daripada aksesibiliti individu ke atas peluang-peluang yang tersedia dan bukannya disebabkan ikatannya dengan mana-mana bentuk struktur masyarakat sedia ada.

Menurut perbincangan dalam laman forum Komuniti Comic Fiesta, aktiviti *cosplay* di Malaysia telah bermula sekitar tahun 1999. Walau bagaimanapun, aktiviti *cosplay* pada waktu tersebut tidak dikategorikan sebagai subbudaya kerana hanya dipraktikkan oleh beberapa individu yang tidak saling berinteraksi antara satu dengan yang lain melalui sebarang bentuk jaringan perhubungan.

Tidak dinafikan bahawa individu-individu yang mula melakukan aktiviti *cosplay* di Malaysia sejak tahun 1999—atau lebih awal dari itu—tergolong antara penyumbang kepada pembentukan subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia sekiranya mengambil kira usaha mereka mengumpulkan pengetahuan tentang *cosplay* dan menghasilkan kostum sendiri sebelum menarik minat individu lain melakukannya. Namun demikian, jika difikirkan secara rasional, tidak mungkin individu-individu berkenaan mampu mengumpulkan pengetahuan tentang *cosplay* sekiranya mereka tidak mengakses ke mana-mana sumber pengetahuan sedia ada, seperti juga tidak mungkin mereka mampu menghasilkan kostum sendiri sekiranya mereka tidak berhubung dan berinteraksi dengan pembekal-pembekal material untuk kegunaan menghasilkan kostum. Begitu juga dalam memikirkan

apakah bentuk aktiviti ‘baharu’ yang ingin dilakukan serta menghasilkan rambut palsu pada waktu yang dinyatakan.

Justeru itu, kajian ini berhujah bahawa, keadaan sosial pada ketika itu telah membolehkan penghasilan objek budaya yang menjadi elemen-elemen asas bagi pembentukan subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia. Ini selari dengan hujahan Émile Durkheim tentang budaya sebagai produksi sosial di mana kehidupan masyarakat moden yang lebih bergantung kepada pengkhususan dan perbezaan juga sebenarnya tidak dapat lari daripada keperluan untuk saling bertukar sesuatu (pengetahuan, produk, perkhidmatan dan sebagainya). Menurut Durkheim, setiap masyarakat hendaklah mempunyai beberapa bentuk gambaran kolektif (*collective representation*) iaitu beberapa simpulan yang mengikat dan menunjukkan kepada ahli-ahli masyarakat tentang perkaitan yang pasti antara mereka (Griswold 2013, 49-50).

Hujahan tentang budaya sebagai gambaran kolektif menjuruskan kita kepada pendekatan yang mempertimbangkan budaya sebagai kesan daripada interaksionisme simbolik (*symbolic interactionism*). Berdasarkan perspektif interaksionisme simbolik, setiap manusia sentiasa memerlukan rujukan untuk memandu mereka ke arah kehidupan yang lebih bermakna dan mereka mengakses kepada rujukan tersebut melalui interaksi antara satu sama lain (Griswold 2013, 56).

Hujahan di atas terbukti dengan penemuan kajian ini yang mendapati bahawa subbudaya *cosplay* Jepun hanya mula terbentuk sebagai salah satu subbudaya Malaysia setelah bermulanya penganjuran acara-acara ACG Jepun yang melibatkan aktiviti *cosplay* pada tahun 2002. Acara ACG Jepun berperanan sebagai medium perhubungan antara individu-individu yang mempunyai kecenderungan yang sama terhadap *anime*, *manga* dan permainan video Jepun. Lokasi penganjuran acara ACG Jepun merupakan lokasi golongan tersebut bertemu dan berkongsi perspektif yang sama, menyampaikan nilai-nilai yang dipegang dan seterusnya meningkatkan tahap *fandom* mereka terhadap genre-genre yang dipilih. Bagi para *cosplayer* khususnya, acara ACG Jepun merupakan ruang bagi mempamerkan hasil kreativiti

masing-masing bagi memperoleh pengiktirafan daripada *cosplayer* lain dan penonton. Komunikasi langsung dan tidak langsung yang terjalin di acara-acara ACG Jepun berperanan sebagai pemangkin kepada peningkatan minat lebih ramai individu dan akhirnya menjadikan mereka sebuah komuniti seiring dengan penambahan bilangan peserta.

Dengan peningkatan bilangan acara berkaitan *cosplay* serta laman-laman forum internet yang membincangkan tentang perkara-perkara berkaitan dengannya, subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia saban hari menerima ahli baharu dalam komuniti mereka. Seiring dengan perkembangannya di ibu negara, senario subbudaya *cosplay* Jepun disebar luaskan di negeri-negeri lain di Malaysia walaupun sedikit terkemudian.

Pola pembentukan subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia seperti yang dianalisis di atas membuktikan bahawa subbudaya terbentuk di sesetengah lokasi disebabkan kewujudan peluang-peluang bagi individu-individu berpotensi di lokasi tersebut untuk mengakses kepada trait-trait subbudaya berkenaan. Tanpa acara-acara sedemikian, para *cosplayer* tidak berpeluang mempamerkan kostum dan lakonan masing-masing, dan seterusnya sukar bagi mereka memperoleh pengiktirafan sebagai *cosplayer*. Ketiadaan acara-acara berkaitan *cosplay* yang dianjurkan di negeri-negeri utara dan timur Semenanjung menyebabkan subbudaya *cosplay* Jepun sukar terbentuk di lokasi-lokasi berkenaan. Bertentangan dengan itu, di bahagian barat Semenanjung terutamanya di sekitar ibu negara, tahap aksesibiliti terhadap elemen-elemen subbudaya tersebut lebih tinggi disebabkan kebanyakan acara ACG Jepun dianjurkan di lokasi berkenaan.

TRAIT PENTING DALAM PEMBENTUKAN SUBBUDAYA

Kajian ini menegaskan bahawa seseorang hanya boleh melibatkan diri dalam sesuatu bentuk subbudaya apabila dia mempunyai akses kepada trait-trait penting subbudaya berkenaan. Kajian ini menetapkan bahawa terdapat empat trait penting yang perlu diakses oleh seseorang yang berhasrat untuk menyertai mana-mana subbudaya. Trait-trait tersebut terdiri daripada pertama, pengetahuan tentang subbudaya tersebut;

kedua, komoditi yang menjadi simbol subbudaya tersebut; ketiga, nilai-nilai yang menjadi identiti subbudaya tersebut; dan keempat, ruang bagi menzahirkan kesemua trait di atas.

Trait pertama iaitu pengetahuan berkaitan dengan subbudaya tersebut merupakan elemen kritikal yang perlu diakses terlebih dahulu sebelum seseorang mengakses kepada trait-trait lain. Adalah mustahil seseorang dapat melakukan aktiviti subbudaya tertentu sekiranya tidak berpengetahuan tentang subbudaya tersebut. Pengetahuan merangkumi segala maklumat berkaitan dengan subbudaya tersebut seperti apakah yang dilakukan oleh para pesertanya, tujuan subbudaya tersebut, nilai serta falsafah yang terkandung di dalamnya, bagaimanakah untuk mendapatkan komoditi bagi subbudaya tersebut, dan pelbagai lagi maklumat penting yang perlu diketahui oleh seseorang bagi membantu dia benar-benar faham tentang subbudaya yang mahu disertainya. Analoginya, seseorang yang sedang memilih untuk membeli pakaian, sebaik sahaja menemukan sehelai pakaian, secara automatik mindanya akan menerima informasi tentang pakaian tersebut dari segi warna, rupa bentuk, harga dan material yang digunakan. Maklumat-maklumat tersebut akan membantu beliau membuat keputusan sama ada untuk membeli pakaian tersebut ataupun tidak. Begitu juga dengan subbudaya, hanya setelah memperoleh pengetahuan tentangnya barulah seseorang dapat membuat keputusan sama ada untuk mengaplikasikannya dalam kehidupan ataupun tidak.

Trait kedua iaitu komoditi atau barangan keperluan sesebuah subbudaya merupakan elemen penting kerana tanpanya seseorang tidak dapat merealisasikan pilihannya ke atas subbudaya tersebut. Seseorang juga tidak akan dapat membuktikan kepada individu-individu lain bahawa dirinya merupakan salah seorang daripada ahli komuniti subbudaya yang dipilih. Bagi kes subbudaya *cosplay* Jepun, komoditi utama bagi subbudaya tersebut ialah kostum serta kelengkapan lain seperti kasut, rambut palsu, kanta lekap berwarna, perhiasan, alatan dan sebagainya. Dalam kes pembelian pakaian, komoditi yang paling penting untuk merealisasikan pembelian tersebut ialah wang ringgit. Bagi kes subbudaya *cosplay* Jepun pula, wang

ringgit tidak wujud sebagai komoditi langsung kepada subbudaya tersebut, namun tetap memainkan peranan penting dalam membantu seseorang memperoleh barangan-barangan yang diperlukan.

Jika trait pertama dan kedua mampu diakses oleh sesiapa sahaja, trait ketiga iaitu identiti hanya boleh diakses oleh individu yang benar-benar telah melibatkan diri dalam subbudaya tersebut. Sebagai contoh, adalah mustahil bagi seseorang yang tidak berpakaian seperti *punk* mendapat identiti *punk*. Begitu juga bagi kes subbudaya *cosplay* Jepun, hanya setelah seseorang melibatkan diri dalam aktiviti, barulah ia mampu mengakses kepada identiti subbudaya tersebut. Perlu dinyatakan di sini bahawa, identiti merupakan trait yang paling sukar untuk diakses berbanding trait-trait yang lain. Oleh sebab itu, seseorang boleh dipersoalkan tentang identitinya, sepertimana kita bertanya kepada seorang yang mengakui dirinya *straightedge* tetapi tidak melakarkan simbol pangkah pada tangannya.

Bagi kes subbudaya *cosplay* Jepun, identitinya terdiri daripada kreativiti individu, penghayatan watak dan ketepatan berbanding karakter sebenar. Identiti-identiti tersebut menentukan sama ada seseorang itu benar-benar *cosplayer* ataupun sebaliknya. Sebagai contoh, seseorang yang lengkap berpakaian kostum tetapi tidak menghayati watak karakter yang sedang dibawakan, orang-orang di sekitar boleh meragui akan motif sebenar dia berpakaian kostum. Begitu juga seseorang yang mengenakan kostum tetapi tidak lengkap atau tidak menyerupai karakter yang dimaksudkannya, juga menimbulkan perdebatan sama ada dirinya *cosplayer* sejati ataupun tidak.

Atas faktor-faktor sedemikian, identiti dianggap sebagai trait yang paling sukar untuk diakses, dan ramai yang gagal di peringkat ini sehingga menjadikan aktiviti tersebut kekurangan peserta dan subbudaya tersebut selama-lamanya kekal sebagai sebuah subbudaya. Namun, sekiranya trait ketiga ini berjaya diakses, maka kedudukan subbudaya tersebut akan menjadi lebih kukuh. Walau bagaimanapun hal ini terlalu idealistik sedangkan hakikatnya adalah sukar untuk memastikan orang yang ramai patuh kepada satu peraturan. Ia adalah

penentuan antara kualiti ataupun kuantiti. Untuk menarik lebih ramai individu supaya menyertai sesebuah subbudaya, identiti subbudaya tersebut perlu diubahsuai supaya lebih mesra pengguna. Namun perkara ini akan menurunkan kualiti subbudaya tersebut di mana nilai-nilai asalnya tidak lagi dipelihara.

Trait keempat yang perlu diakses oleh seseorang yang berhasrat menyertai sesebuah subbudaya ialah ruang bagi menzahirkan gaya hidup tersebut. Bagi kes subbudaya *cosplay* Jepun, ruang tersebut terdiri daripada komunikasi individu, laman sosial di internet, acara-acara berkaitan *cosplay*, pertandingan *cosplay*, sesi fotografi, perjumpaan tertutup dan sebagainya yang mana kesemua ini boleh disimpulkan sebagai ruang untuk mempamerkan bukti bahawa seseorang itu benar-benar melakukan *cosplay*. Aksesibiliti terhadap ruang untuk menzahirkan kecenderungan pesertanya merupakan syarat utama dalam pembentukan sesebuah subbudaya. Hujah ini disokong oleh Kinsella (1998, 300) yang membuktikan bahawa bilangan wanita yang terlibat dalam penghasilan *doujinshi* (manga buatan peminat yang berbeza jalan cerita dari manga asal) di Jepun meningkat secara mendadak selepas penubuhan acara Comic Market.

Penganjuran konsert bukan sahaja memberikan ruang kepada para peminat WPM untuk berkumpul dan berkongsi minat mereka, tetapi juga membuka laluan untuk mengakses secara terus kepada identiti subbudaya tersebut. Namun, walau apa juga syarat untuk mengukuhkan sesuatu bentuk subbudaya, disebabkan subbudaya merupakan gaya hidup alternatif, maka tidak wajib bagi setiap manusia untuk menyertainya. Ia adalah pilihan-pilihan yang wujud di mana manusia bebas untuk menerima ataupun menolaknya. Realiti tersebut menjelaskan dua perkara iaitu pertama, mengapa sesetengah orang menyertai subbudaya manakala sesetengahnya lagi tidak, dan kedua, mengapa sesetengah subbudaya mendapat sambutan memberangsangkan manakala sesetengahnya lagi tidak. Berbalik kepada empat trait penting subbudaya sepertimana yang dihuraikan di atas, walaupun seseorang mempunyai akses kepada keempat-empat trait subbudaya tersebut, tetapi ia masih mempunyai pilihan untuk tidak

melibatkan diri, seperti seorang peminat *anime* yang arif tentang apa itu *cosplay*, mempunyai wang yang banyak untuk membeli kostum, sering hadir ke lokasi-lokasi acara ACG Jepun, tetapi tidak melakukan *cosplay*. Setiap manusia bebas untuk keluar masuk ke dalam sesuatu subbudaya kerana segala-galanya bergantung kepada kesediaan mereka memberikan komitmen.

PEMANGKIN PEMBENTUKAN KOMUNITI SUBBUDAYA

Sejajar dengan perkembangan sosioekonomi yang lebih baik, peluang untuk seseorang mengakses kepada pelbagai trait subbudaya di seluruh dunia menjadi semakin tinggi. Kajian ini mendapati empat bentuk struktur sosioekonomi yang berfungsi sebagai pemangkin kepada peningkatan tahap aksesibiliti individu kepada trait-trait subbudaya yang terdapat di seluruh dunia.

Pertama ialah globalisasi. Nayak (2003, 4) berhujah bahawa globalisasi menunjukkan bahawa keseluruhan dunia ini seolah-olah telah dihablurkan ke dalam satu ruang tunggal dan menjadikan negara-negara di dunia ini umpama tidak mempunyai sempadan. Globalisasi membuatkan kesemua negara yang terdapat di dunia ini kini wujud sebagai sebuah negara baharu iaitu “global” dan mengamalkan budaya hidup baharu yang disebut sebagai “budaya global”. Budaya global walau bagaimanapun tidak beroperasi secara berdikari, sebaliknya berhubung dan berinteraksi di setiap peringkat wilayah, negara dan lokal secara berbeza-beza. Ini bermakna, walaupun trait-trait budaya tersebut dikongsi oleh masyarakat serata dunia, namun lokalisasi tetap berlaku membuatkan budaya global lebih mudah untuk diketahui tetapi sukar untuk difahami.

Kajian ini bagaimanapun berhujah bahawa istilah “budaya global” tidak sepatutnya wujud kerana sekiranya ia “budaya” bermakna ia diamalkan oleh majoriti ahli dalam masyarakat dunia sebagai cara hidup utama. Namun dengan kewujudan pelbagai kaum, agama, kepercayaan, taraf hidup dan sebagainya, adalah sukar untuk satu bentuk perilaku dikongsi oleh majoriti manusia di dunia. Hatta perkara

yang paling asas dalam kehidupan manusia iaitu ‘makan’ sekalipun dilakukan secara berbeza-beza mengikut kaum, bangsa dan negara.

Malahan, sekiranya ia merupakan “budaya” yang dianggap sebagai cara hidup dominan, maka tidak sepatutnya berlaku lokalisasi sehingga menjadikannya berbeza-beza. Oleh itu, kajian ini menegaskan bahawa segala bentuk perilaku yang dikongsi oleh masyarakat dunia ini merupakan “subbudaya global” dan bukannya “budaya global”. Globalisasi membolehkan proses perpindahan ideologi, produk budaya, malahan manusia dari satu negara ke negara lain berlaku, dan ini seterusnya menjadikan masyarakat sesebuah negara dapat mengakses kepada pengetahuan, komoditi, identiti serta ruang subbudaya yang berasal dari negara lain yang kemudiannya disesuaikan ke dalam konteks tempatan.

Roberts (2003, 576) menegaskan bahawa, kajian tentang penyebaran budaya telah banyak disentuh dalam kajian-kajian terdahulu, namun perhatian kurang ditekankan terhadap kedudukan subbudaya dalam gambaran yang lebih luas iaitu secara global. Roberts mengakui bahawa dimensi transnasional dalam subbudaya telah pun diperakui melalui kajian-kajian etnografi dan budaya oleh Gandoulou 1989a, 1989b; Friedman 1994a, 1994b; Hebdige 1979, 1987; Lipsitz 1990, 1994; Gilroy 1993; Sharma *et al.* 1996; dan Maira 2002. Roberts mengkritik kecenderungan yang ditunjukkan oleh pengkaji-pengkaji tersebut di mana perhatian mereka lebih tertumpu kepada penyebaran subbudaya dari bekas kuasa koloni (kebanyakannya negara-negara berbahasa Inggeris dan moden) kepada tanah bekas jajahannya. Sehubungan itu, Roberts menegaskan bahawa skop dalam kajian subbudaya harus juga dikembangkan kepada pengeluaran subbudaya di kalangan masyarakat moden dan separa moden di negara-negara selain Barat.

Dengan penerapan konsep globalisasi ke atas konsep subbudaya, penilaian ke atas sesebuah bentuk subbudaya dapat dilakukan secara lebih adil di mana masyarakat di negara selain Barat juga turut diperakui menyumbang kepada perkembangan sesebuah subbudaya dan bukan sekadar meniru apa yang diperkenalkan kepada

mereka. Hakikat ini disokong kuat dalam kes subbudaya *cosplay* Jepun apabila didapati subbudaya tersebut terbentuk pada asalnya hasil sumbangan dua buah negara Timur dan Barat, dan kemudiannya dikembangkan ke serata dunia oleh peminat-peminat tempatan dengan cara tersendiri. Dengan ini, skop kajian subbudaya di negara-negara selain Barat dan separa moden seperti Malaysia tidak akan terhenti setakat meneroka kesan pengaruh subbudaya Barat kepada budaya tempatan, sebaliknya, dapat diperluaskan dengan melihat kepada keunikan atau kelainan dari segi konsep, peranan, pengertian serta nilai yang dipegang oleh peserta tempatan.

Struktur sosioekonomi kedua yang menjadi pemangkin kepada peningkatan tahap aksesibiliti individu kepada trait-trait subbudaya serata dunia ialah kemajuan teknologi. Jika dahulu pengaruh sesuatu subbudaya melalui proses yang sukar dan mengambil masa yang sangat panjang untuk tiba ke negara-negara lain, tetapi kini ia dapat disampaikan dengan pantas dan berkesan. Perubahan ini adalah impak daripada perkembangan teknologi yang menawarkan kemudahan menyampaikan maklumat. Dengan pengenalan teknologi digital yang seterusnya menghasilkan produk-produk elektronik seperti komputer riba, kamera digital, telefon pintar serta sistem-sistem seperti Windows dan internet, maklumat dengan kuantiti banyak kini dapat dihasilkan, disimpan, dipindahkan dari satu lokasi ke lokasi yang lain pada waktu yang sama dengan kos yang rendah.

Kesan daripada kemajuan teknologi, trait-trait penting bagi sesebuah subbudaya dapat diakses dengan mudah dan pantas oleh ramai individu dalam satu-satu masa. Trait pertama iaitu pengetahuan serta informasi tentang subbudaya tersebut dengan mudah dapat diakses melalui laman-laman web, blog, laman forum dan lain-lain bentuk laman sosial di internet yang lengkap dengan gambar-gambar bagi meningkatkan lagi pemahaman pembaca. Trait keempat iaitu ruang juga dapat diakses menerusi laman-laman sosial di internet di mana komunikasi antara peserta dapat dilakukan walaupun secara fizikalnya mereka seolah-olah tidak bertemu. Trait kedua iaitu komoditi subbudaya tersebut juga lebih mudah untuk diperolehi dengan adanya

kemudahan pembelian dalam talian di mana seseorang tidak perlu terbang ke negara lain hanya untuk mendapatkan sehelai pakaian yang dihasilkan dan dijual di negara tersebut. Kecuali trait ketiga iaitu identiti subbudaya tersebut tidak dapat diakses secara langsung melalui kemudahan teknologi memandangkan trait tersebut perlu difahami dan dihayati dan bukan sekadar diketahui atau dimiliki. Walau bagaimanapun, kemudahan teknologi tetap berperanan sebagai medium penyampai maklumat setiap kali seseorang memerlukan bantuan untuk dia lebih memahami dan menghayati identiti subbudaya yang sedang disertainya.

Kajian Rheingold (1993) membuktikan peranan besar teknologi dalam membentuk komuniti subbudaya. Jaringan yang terjalin menerusi komunikasi di internet mampu menyatukan individu-individu yang mempunyai kecenderungan yang sama dan akhirnya membentuk sebuah komuniti maya. Rheingold menegaskan bahawa, komuniti maya merupakan *Gemeinschaft* versi zaman komputer atau 'kampung maya' di mana ia mengandungi nilai-nilai intimasi dan persaudaraan (Gelder 2005, 513-514). Komuniti maya juga mampu merealisasikan keinginan para ahlinya untuk menghimpunkan lebih banyak modal subbudaya bagi mencapai kepuasan individu. Menurut Rheingold, komunikasi di alam maya bukan sahaja mampu menyebarkan pengetahuan subbudaya, tetapi juga melenyapkan tembok identiti yang memisahkan ahli-ahlinya. Ini kerana, individu-individu ini menyertai komuniti maya bukan sebagai diri asal mereka, sebaliknya sebagai individu lain yang baru direka identitinya (Rheingold 1993).

Subbudaya *cosplay* Jepun juga banyak bergantung kepada teknologi yang membolehkan pembentukan komuniti maya bagi mengukuhkan komuniti mereka. Laman komuniti *cosplay* seperti Cure dan Cosplay.com contohnya menjadi ruang di mana para peminat dan penggiat subbudaya *cosplay* Jepun di seluruh dunia berhimpun dan mengesahkan keahlian mereka dalam subbudaya tersebut. Laman forum Komuniti Comic Fiesta pula menjadi tempat di mana para peserta subbudaya *cosplay* Jepun di Malaysia menghabiskan masa mereka, sama ada untuk mengumpul dan menambah pengetahuan

tentang subbudaya terbabit, atau sekadar berbual-bual dengan ahli yang lain, ataupun kedua-duanya sekali.

Seterusnya, struktur sosioekonomi ketiga yang meningkatkan tahap aksesibiliti individu kepada elemen-elemen subbudaya ialah perkembangan industri budaya. Jika kemajuan teknologi lebih ketara berperanan sebagai pembekal trait pertama subbudaya, industri budaya pula merupakan pemangkin yang paling kuat dalam menggalakkan individu mengakses kepada trait kedua subbudaya iaitu komoditi. Istilah industri budaya diperkenalkan oleh dua orang ahli teori kritikal dari Frankfurt School iaitu Theodor Adorno (1903–1969) dan Max Horkheimer (1895–1973) dalam buku mereka berjudul *Dialectic of Enlightenment* yang diterbitkan pada tahun 1947. Satu kelebihan daripada kemunculan industri budaya jika dilihat dari sudut pandangan pihak yang memerlukan ialah kehadiran produk-produk kreatif di pasaran. Analogi kepada perkara tersebut ialah masyarakat zaman kini tidak lagi memerlukan “pakaian”, sebaliknya mereka mencari-cari “pakaian yang unik yang dapat memberikan mereka kelainan” untuk dipakai sehari-hari dalam kehidupan mereka.

Menyentuh secara lebih mendalam tentang industri budaya, Roberts (2003, 578) mencadangkan istilah ‘industri subbudaya’ bagi merujuk kepada pengkomersialan produk-produk, identiti dan amalan simbolik subbudaya. Menurut Roberts, industri subbudaya kebelakangan ini wujud bagi mengetengahkan komoditi serta identiti yang pada dasarnya dicipta hanya untuk kegunaan eksklusif kumpulan-kumpulan tertentu, contohnya ‘pemasaran secara massa’ muzik ‘alternatif’, filem ‘*independant*’, komik ‘*underground*’ ataupun sukan ‘ekstrim’. Di sini, muzik, filem, komik dan sukan merupakan contoh-contoh bagi komoditi subbudaya, manakala ‘alternatif’, ‘*independant*’, ‘*underground*’ dan ‘ekstrim’ merupakan contoh-contoh bagi identiti subbudaya.

Menurut Adorno dan Rabinbach (1975, 12), industri budaya merupakan salah satu kesan daripada kapitalisme yang mengintegrasikan para penggunanya. Dengan penghasilan produk-produk budaya yang kreatif secara massa, para pengguna pada zahirnya

kelihatan seolah-olah mendapat akses kepada komoditi budaya yang unik dan mempunyai nilai serta identiti tersendiri. Namun pada hakikatnya mereka menggunakan satu produk yang sama iaitu produk yang dapat memacu keuntungan pihak pengeluar hasil daripada perilaku pasif pembeli.

Walau bagaimanapun, tidak dapat dinafikan bahawa para pengguna sendiri berpuas hati dengan kemunculan produk-produk industri budaya, sama ada mereka sedar ataupun tidak bahawa diri mereka sedang dimanipulasi. Kajian ini walau bagaimanapun mendapati bahawa perasaan gembira dan seronok yang diperoleh sewaktu menggunakan produk industri budaya bukanlah terhasil secara tulen daripada pemikiran para pengguna, sebaliknya merupakan ideologi yang diperkenalkan oleh pihak industri sebagai satu strategi pemasaran. Namun, walau apa jua bentuk penilaian yang dilakukan ke atas industri budaya, yang jelas fenomena tersebut berperanan sebagai pemangkin besar dalam pembentukan dan perkembangan subbudaya.

Akhir sekali, struktur sosioekonomi keempat yang meningkatkan tahap aksesibiliti seseorang ke atas elemen-elemen subbudaya ialah peningkatan autonomi individu. Masyarakat zaman kini secara relatifnya semakin bebas dan berkemampuan untuk membuat pilihan tertentu dalam kehidupan masing-masing. “Berkemampuan” di sini bermaksud tidak mempunyai halangan-halangan tertentu yang membantutkan usahanya untuk mengakses kepada sesuatu. Bruin (2011, 207) menegaskan tiga bentuk kekangan yang menentukan pilihan seseorang dalam subbudaya iaitu pertama, peraturan ibu bapa; kedua, pengalaman lalu yang memberikan kesan negatif kepada dirinya; dan ketiga, sumber ekonomi. Dengan kewujudan salah satu daripada bentuk-bentuk kekangan tersebut, dijangka tahap aksesibiliti seseorang ke atas elemen-elemen subbudaya akan terbatas walaupun elemen-elemen tersebut berada dekat di sekelilingnya.

Contoh paling mudah untuk menjelaskan perkara ini ialah situasi seorang remaja yang masih bersekolah dan begitu berminat untuk menyertai sesuatu aktiviti subbudaya. Walau bagaimanapun

beliau tidak dapat melakukannya kerana tidak memiliki wang untuk membeli peralatan yang diperlukan. Di sini, sumber kewangan merupakan halangan baginya untuk mengakses kepada elemen kedua subbudaya iaitu komoditi. Jika difikirkan secara mendalam, halangan tersebut juga berpunca daripada ibu bapa yang tidak membenarkan remaja tersebut menyertai subbudaya terbabit kerana secara umumnya ibu bapa merupakan sumber kewangan bagi mereka yang belum bekerja.

Bagi pengalaman lalu yang memberi kesan negatif kepada pelaku pula, Simone Boogaarts-De Bruin memberikan contoh *door policy* iaitu kajian beliau mengenai subbudaya kelab malam. Walau bagaimanapun, kajian ini tidak meletakkan punca halangan tersebut kepada pihak penganjur sebagaimana Simone Boogaarts-De Bruin yang meletakkannya kepada pemilik premis kelab malam. Sebaliknya kajian ini meletakkan bahawa setiap halangan yang ditemui adalah berpunca daripada situasi individu itu sendiri. Sebagai contoh, sebuah kafe siber yang menetapkan peraturan bahawa hanya mereka yang berusia 18 tahun dan ke atas dibenarkan untuk memasuki kafe siber tersebut sebenarnya tidak bersalah kerana mereka bukannya berniat menghalang mana-mana individu tertentu, sebaliknya peraturan tersebut diwujudkan demi menjaga identiti mereka. Seorang individu yang berusia 15 tahun juga sebenarnya layak untuk memasuki premis terbabit tetapi hanya setelah dia meningkat usia kepada 18 tahun ke atas. Di sini, situasi yang menjadi penghalang kepadanya untuk memasuki kafe siber berkenaan ialah usianya yang masih muda. Di samping faktor usia, terdapat banyak lagi faktor individu yang dianggap sebagai penghalang kepada aksesibiliti seseorang terhadap trait-trait subbudaya seperti agama, kepercayaan, rupa bentuk fizikal dan sebagainya. Walau bagaimanapun, disebabkan subbudaya lebih banyak dikaitkan dengan golongan remaja, maka kebenaran ibu bapa serta sumber kewangan didapati sebagai kemampuan individu yang paling utama dalam menentukan tahap aksesibiliti seseorang ke atas trait-trait subbudaya.

KESIMPULAN

Pembentukan subbudaya kontemporari berkait rapat dengan peluang-peluang yang terbuka luas kesan proses globalisasi, kemajuan teknologi, perkembangan industri budaya dan peningkatan tahap autonomi individu. Dunia sosial yang dikelilingi proses globalisasi, kemajuan teknologi, perkembangan industri budaya dan peningkatan tahap autonomi individu memudahkan masyarakat kontemporari mengakses kepada trait-trait subbudaya dari pelbagai sumber seterusnya mempelbagaikan pilihan dari segi gaya hidup yang boleh diterajui dan komunikasi yang terjalin sewaktu mengakses trait-trait tersebut menyatukan individu-individu yang pada zahirnya tidak mempunyai sebarang pertalian membentuk sebuah komuniti.

Dalam konteks kehidupan masyarakat kontemporari, peluang untuk seseorang individu menerokai kepelbagaian gaya hidup terbuka luas berikutan kewujudan lima faktor utama. Pertama, pilihan gaya hidup yang dimiliki tidak terhad dari dalam negara, tetapi merangkumi seluruh negara di dunia berikutan perkembangan globalisasi yang membawa kepada lebih banyak proses difusi budaya. Kedua, pengetahuan tentang gaya hidup alternatif yang ingin diterokai mudah diperolehi berikutan kemajuan teknologi serta peranan aktif pihak media yang membolehkan maklumat dipindahkan secara efektif. Ketiga, komoditi yang menjadi simbol kepada gaya hidup yang ingin diterokai mudah diperolehi berikutan perkembangan industri budaya serta subbudaya yang mentransmisikan lebih banyak produk-produk budaya di pasaran. Keempat, ciri masyarakat pasca moden yang lebih bersifat autonomi memudahkan proses integrasi budaya dilaksanakan berikutan kurangnya kekangan yang menghalang proses tersebut. Terakhir, peluang untuk masyarakat kontemporari mempraktikkan gaya hidup alternatif yang dipilih terbuka luas berikutan peningkatan tahap aksesibiliti individu ke atas ruang-ruang berkaitan kesan kewujudan faktor-faktor di atas.

Proses memilih gaya hidup baharu yang ingin diamalkan menjadi lebih mudah memandangkan pengetahuan tentang pelbagai gaya hidup dari dalam dan luar negara dapat diakses walaupun dengan

hanya duduk di hadapan komputer. Pengenalan teknologi digital yang menghasilkan produk-produk elektronik seperti komputer riba, kamera digital, telefon pintar serta sistem-sistem seperti *Windows* dan internet, membolehkan maklumat dengan kuantiti yang banyak dihasilkan, disimpan, dipindahkan dari satu lokasi ke lokasi yang lain pada waktu yang sama, dan dengan kos yang rendah. Kesannya, proses difusi dan transmisi trait subbudaya asing dapat dilakukan dengan pantas, mudah dan berkesan. Dengan adanya laman-laman forum, blog, Facebook dan lain-lain bentuk laman sosial di internet, seseorang yang sudah mula menerima idea tentang subbudaya dapat mengkaji secara lebih mendalam tentang subbudaya tersebut dengan cara berkomunikasi melalui laman-laman sosial tersebut. Peserta baharu berpeluang mengutarakan pelbagai kemusykilan mereka tentang subbudaya yang ingin disertai tanpa perlu bertemu secara bertentangan mata dengan peserta-peserta lain. Perkembangan industri budaya menggalakkan proses transmisi komoditi subbudaya sama ada di peringkat transnasional, interpersonal, mahupun lokal. Peningkatan tahap autonomi masyarakat kontemporari pula dapat mengurangkan kekangan yang dihadapi dalam proses membuat pemilihan gaya hidup yang ingin diterajui.

RUJUKAN

- Adorno, T. and A. Rabinbach. 1975. Culture Industry Reconsidered. *New German Critique* 6: 12-19.
- Blackman, S. 2005. Youth Subcultural Theory: A Critical Engagement with the Concept, its Origins and Politics, from the Chicago School to Postmodernism. *Journal of Youth Studies* 8 (1): 1-20.
- Bruin, S. B. 2011. *Something for Everyone?: Changes and Choices in the Ethno-Party Scene in Urban Nightlife*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Clinard, M. and R. Meier. 2010. *Sociology of Deviant Behavior*. USA: Cengage Learning.

- Crotty, M. 2003. *The Foundations of Social Research: Meaning and Perspective in the Research Process*. London: SAGE.
- Futrell, R. P. Simi and S. Gottschalk. 2006. Understanding Music Movements: The White Power Music Scene. *The Sociological Quarterly* 47 (2): 275-304.
- Gelder, Ken. ed. 2005. *The Subcultures Reader*. USA and Canada: Routledge.
- Goodlad, L. 2007. Looking for Something Forever Gone: Gothic Masculinity, Androgyny, and Ethics at the Turn of the Millennium. *Cultural Critique* 66: 104-126.
- Griswold, W. 2013. *Cultures and Societies in a Changing World*. USA: SAGE Publications.
- Kinsella, S. 1998. Japanese Subculture in the 1990s: Otaku and the Amateur Manga Movement. *Journal of Japanese Studies* 24 (2): 289-316.
- Muggleton, D. and R. Weinzierl. 2004. What is 'Post-subcultural Studies' Anyway? In *The Post-Subcultures Reader*, eds. David Muggleton and Rupert Weinzierl, 3-23. Oxford and New York: Berg.
- Nayak, A. 2003. *Race, Place and Globalization: Youth Cultures in a Changing World*. New York: Berg, 2003.
- Rheingold, Howard. 1993. *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Accessed from <http://www.rheingold.com/vc/book/2.html>.
- Roberts, M. 2003. Notes on the Global Underground: Subcultures and Globalization. In *The Post-Subcultures Reader*, eds. David Muggleton and Rupert Weinzierl, 575-586. Oxford and New York: Berg.
- Tonnies, F. and J. Harris. 2001. *Tonnies: Community and Civil Society (Cambridge Texts in the History of Political Thought)*. USA: Cambridge University Press.