

8 Pemain Otome Game di Surabaya : Romantisme, Rileksasi dan *Betsu Kare*

Ratih Pratiwi

Tia Saraswati

Program Studi Sastra Jepang Fakultas Ilmu Budaya Universitas Airlangga

Dharmawangsa Dalam Selatan Surabaya 60286

Email: pratiwi.ratih1@gmail.com

Email : tia-s@fib.unair.ac.id

Abstrak

Otome game merupakan salah satu produk budaya populer Jepang yang juga dimainkan oleh perempuan di dunia, termasuk perempuan di Indonesia. Indonesia, khususnya Surabaya sudah mengenal *otome game* dari Jepang, bahkan sudah memproduksi *otome game* mereka sendiri. Salah satu *otome game* yang dibuat oleh developer lokal Surabaya adalah *otome game* berlatar belakang kerajaan Indonesia. Adanya fenomena *Otome game* di Surabaya membuat peneliti tertarik untuk meneliti dari sisi pemain *otome game* itu sendiri karena peneliti juga turut bermain *otome game*. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode wawancara mendalam terhadap 8 pemain *otome game* Jepang di Surabaya. Kemudian data wawancara dianalisis dengan teori resepsi model *encoding-decoding* Stuart Hall, untuk menjelaskan penerimaan terhadap *otome game* Jepang menurut pemain di Surabaya. Hasilnya adalah informan dibagi menjadi dua kategori, yaitu *dominant-hegemonic* dan *negotiated*. Pada kelompok *dominant-hegemonic*, mereka merasa senang ketika bermain *otome game* saat waktu luang atau untuk menghilangkan stress. Mereka juga menemukan sosok pasangan ideal atau *betsu kare* mereka dan menikmati cerita romantis bersama karakter tersebut. Sementara itu, kelompok *negotiated* beranggapan bahwa mereka senang bermain *otome game*. Namun, merasa kecewa karena menurut mereka *otome game* saat ini hanya mengandalkan *seiyuu* terkenal dan grafis yang bagus, bukan fokus ke tema cerita yang baru.

Kata Kunci: *betsu kare*, *encoding decoding*, *otome game*, , resepsi, Stuart Hall

Abstract

Otome game is one of the popular Japanese cultural products that are also played by women in the world, including women in Indonesia. Indonesia, especially Surabaya already know *otome game* from Japan, even already producing their own *otome game*. One *otome game* created by local developers Surabaya is *otome game* with Indonesian kingdom as its background. The existence of *Otome gaming* phenomenon in Surabaya makes researcher interested to focus on researching the gamer side because researcher also plays *otome game*. This study uses data collection techniques with in-depth interview method of 8 Japanese *otome game* players in Surabaya. After the collecting data, the data were analyzed with the theory of the reception of Stuart Hall's *encoding-decoding* model, in order to explain the acceptance of Japanese game *otome* according to 8 players in Surabaya. The result is the informant is divided into two categories, namely *dominant-hegemonic* and *negotiated*. In the *dominant-hegemonic* group, they feel good when playing *otome games* during their free time or to relieve stress. They also find the ideal partner figure or *betsu kare* and enjoy the romantic story with the character. Meanwhile, the *negotiated* group thinks that they love to play *otome games*. However, they feel disappointed because they think *otome game* today only rely on famous *seiyuu* (voice character) and good graphics, not a focus to the theme of the new story.

Keywords: *betsu kare*, *encoding decoding*, *otome game*, reception, Stuart Hall

1. Pendahuluan

Otome game merupakan jenis permainan visual novel, struktur *gamenya* berupa teks dan karakter. Saat ini sudah terdapat *otome game* yang memiliki *seiyuu* (pengisi suara). Menurut Taylor (2007: 194), dalam *game* ini pemain berperan sebagai *heroine* seperti di *shoujo manga* dan menjalin hubungan romantis dengan karakter laki-laki dalam *game*.

Gambar 1: Screen capture tampilan *otome game* berupa teks dan karakter dalam *game Destined to Love: Ikemen Samurai Romance*



Otome game ada sejak tahun 1980an dan saat itu masih berbahasa Jepang, sehingga sulit diterima masyarakat luas. Namun, setelah para *developer otome game* Jepang membuat *otome game* dalam versi Bahasa Inggris, *game* ini menjadi banyak peminatnya. Menurut Russon (2014), salah satu *game* buatan *Voltage* (*developer otome game* Jepang) telah diunduh dan dimainkan oleh 22 juta perempuan di dunia. Selain itu, *game* dari *developer game* lain yaitu *Koyonplete* yang berjudul *Purelove* (2013) juga diterima dengan baik di Asia dan Amerika Selatan. Bahkan, judul keduanya yaitu *Love Academy* (2013) telah diunduh sebanyak 2.500.000 kali (<http://www.koyonplete.com>). *Otome game* juga semakin berkembang sehingga bisa dimainkan pada *Nintendo DS*, *PS 2*, *Smartphone*, *PC*, *PSP*, dan *PS Vita*.

Tidak hanya Jepang yang mengkonsumsi dan membuat *otome game*, Indonesia yang tadinya hanya sebagai pemain juga turut membuat *otome game*-nya sendiri. Contohnya adalah pembuatan *otome game* dengan latar cerita kerajaan Majapahit berjudul *Tikta Kavya* dari studio *game Mojiken* di Surabaya.

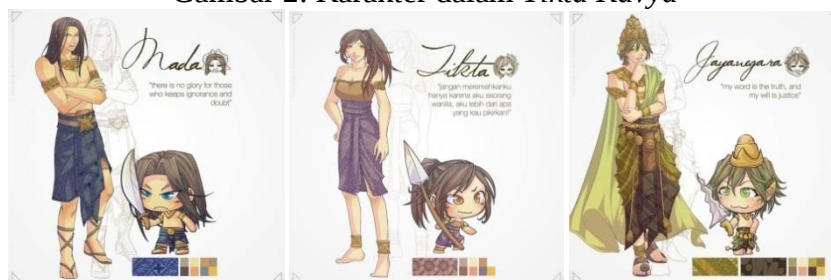
Selain *otome game*, majalah game *Omega* dan *Zigma* juga diterbitkan di kota ini. Aplikasi majalah online yang merupakan gabungan keduanya (majalah game *Omega* dan *Zigma*) yaitu *TouchOn magazine* dapat diunduh secara gratis. Majalah ini memuat info tentang game, film, animasi, komik, pop culture dan sebagainya.

Melihat perkembangan *otome game* dan aplikasi majalah online yang ada di Surabaya, peneliti berpikir bahwa Surabaya saat ini tidak hanya memiliki pemain *otome game* yang memainkan *otome game* Jepang, namun juga memiliki developer game yang berani berkreasi. Karena faktor-faktor inilah, peneliti memandang perlu untuk meneliti pihak yang terkait dengan *otome game* yaitu pemain game itu sendiri atau developer-nya. Sebagai penggemar sekaligus pemain *otome game*, peneliti lebih tertarik untuk melihat dari sisi pemain yaitu bagaimana pemain *otome game* Indonesia, khususnya Surabaya meresepsi *otome game* buatan Jepang yang sarat dengan nilai budaya Jepang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data yaitu wawancara mendalam (*in-depth interview*) Sebagai data primer dan studi pustaka sebagai data sekunder. Penelitian ini berlokasi di Kota Surabaya yang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dimana sudah banyak terdapat penyebaran budaya melalui acara kejepangan. Di kota ini juga menunjukkan adanya penggemar *otome game* dan mulai berkembangnya pembuatan *otome game* berjudul *Tikta Kavya* yang mengangkat tema sejarah Indonesia pada masa Kerajaan Majapahit, dengan tampilan karakter dan konflik yang terjadi pada masa itu oleh mahasiswa ITS bersama studio game *Mojiken* di Surabaya (<http://id.techinasia.com/>).

Gambar 2: Karakter dalam *Tikta Kavya*



(Sumber: <http://id.techinasia.com/tikta-kavya-roman-buah-pikiran-sepasang-developer/>)

Selain itu juga, terdapat tempat penerbitan majalah *Zigma* dan *Omega* yang salah satu pembahasannya adalah *review otome game* Jepang terbaru. Selain dari majalah, mereka juga memuatnya secara *online* sehingga juga memfasilitasi para penggunanya (<http://www.touchonmagazine.com/>).

Untuk penentuan informan, peneliti menggunakan teknik *snowball sampling*. Menurut Indranata (2008: 183), teknik *snowball sampling* adalah pengumpulan data dimulai dari beberapa orang yang memenuhi kriteria peneliti untuk dijadikan informan. Selanjutnya, orang yang terpilih tersebut diminta menunjukkan orang lain yang memenuhi kriteria menjadi informan, demikian prosedurnya terus berlanjut hingga memenuhi jumlah sasaran yang diinginkan

Setelah menemukan informan yang memiliki kriteria yang sesuai, peneliti melakukan wawancara pada 20 Oktober sampai 2 Desember 2015 terhadap 8 mahasiswi pemain *otome game* jurusan Sastra dan Pendidikan Bahasa Jepang universitas di Surabaya, yaitu Aim dan Ichuu (Universitas Airlangga), Didis dan Shiki (Universitas Negeri Surabaya), Kei dan Janice (Universitas Dr. Soetomo), serta Shiki dan Natsume (Universitas 17 Agustus 1945).

Peneliti memilih informan yang juga merupakan mahasiswi Sastra dan Pendidikan Bahasa Jepang, karena memungkinkan mereka untuk bermain *otome game* dalam versi Bahasa Inggris dan Bahasa Jepang. Mereka mengerti huruf *kana*, *kanji*, dan ucapan karakter. Mereka juga mendapat bekal mata kuliah mengenai budaya Jepang sehingga mereka dapat menimbang dan mengemukakan pendapatnya secara lebih obyektif terhadap *otome game* sebagai salah satu bentuk budaya populer Jepang. Kemudian mereka juga diharapkan dapat menyikapi fenomena *otome game* sebagai warga Surabaya yang menggemari *game* tersebut.

Usia pemain *otome game* berkisar 20-30 tahun. Usia ini menurut hasil survei *otome game year 2011* pada website www.ogy.jp dan www.appwoman.jp tahun 2013 merupakan rentang usia mayoritas pemain *otome game* di Jepang.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan penyesuaian rentang usia menjadi 20-25 tahun, karena informan yang di ambil merupakan mahasiswa yang masih aktif.

Kemudian, agar mendapat informasi lebih dalam dan terperinci, peneliti membatasi informan dengan memilih yang telah memiliki pengalaman bermain *otome game* selama lebih dari dua tahun. Peneliti memilih pemain yang telah bermain cukup lama karena peneliti menganggap mereka sudah terbiasa dengan adanya permainan *otome game*. Selain itu, kriteria berikut adalah mengikuti perkembangan judul *otome game* terbaru, mengikuti perkembangan gadget yang mendukung *otome game*, dan saling berinteraksi atau bertukar pendapat dengan para pengguna *otome game* lainnya.

Setelah wawancara selesai, rekaman ditranskrip, dikategorikan dan kemudian dianalisis dengan menggunakan teori resepsi dengan model *encoding-decoding* Stuart Hall. Menurut Storey (2006: 15-16) Stuart Hall membagi posisi informan berdasarkan 3 kategori penerimaan, yaitu:

1. *Dominant-hegemonic*, yaitu informan yang memahami dan menyetujui makna dari pesan yang disiarkan secara penuh, apa adanya.
2. *Negotiated*, yaitu informan yang memahami dan menyetujui makna dari pesan yang disiarkan namun dalam penerapannya memiliki aturan dan cara sendiri.
3. *Oppositional* informan yang memahami makna dari pesan yang disiarkan, namun menolak dan melakukan penerimaan dengan cara sebaliknya.

Terakhir, setelah memilah informan berdasarkan kategori penerimaan diatas, didapatlah hasil analisis berupa resepsi *otome game* Jepang ditinjau dari sudut pandang 8 pemain di Surabaya.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah data hasil wawancara dianalisis dengan menggunakan teori resepsi (*encoding-decoding*) Stuart Hall yang terbagi atas tiga kategori penerimaan, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut.

a. Kategori *dominant-hegemonic*

Informan yang termasuk dalam kategori *dominant-hegemonic* berjumlah 6 orang, yaitu Shiki, Ichuu, Didis, Kei, Natsume, dan Yuuki. Resepsi terhadap *otome game* Jepang yang didapat pada informan dengan kategori *dominant-hegemonic* yaitu: *otome game* menurut mereka merupakan permainan layaknya membaca sebuah novel, namun karena memiliki karakter, membuat novelnya lebih hidup, menjadi cara yang menyenangkan bagi mereka dalam membaca cerita romantis.

Otome game menjadi media hiburan saat mereka senggang, sedih, atau stress. Ketika memainkannya, mereka merasa terbawa masuk di dalam ceritanya. *Otome game* merupakan sarana bagi mereka untuk bertemu tipe pasangan idealnya atau disebut sebagai *betsu kare*, karena mereka bisa memilih, berinteraksi, dan menjalin hubungan romantis dengan sosok yang mereka sukai. Ketika membaca cerita dan dialog romantis dengan karakter tersebut, pemain juga mendapat rasa deg-degan atau *mune kyun* sehingga mereka bisa melupakan rasa sedih atau kejenuhannya, dan membuat mereka kecanduan untuk bermain *otome game*.

Gambar 3: Screen capture contoh interaksi karakter pemain (*heroine*) dalam beberapa rute karakter game *Amnesia* (2011)



Resepsi diatas dibuktikan dengan pernyataan informan sebagai berikut.

“(...) visual novel, sama halnya kayak baca buku yaa... tapi daripada baca novel, aku mending main otome game! (...) dulu sih sebenarnya cuma buat ngabisin waktu, eh ternyata ceritanya bagus dan bisa bawa kita banget ke suasana yang diinginkan pembuat gamenya. Terus kok keren yaa... kayak kita dibawa masuk kedalam situ!”

(Yuuki, 2015)

“Jadi, uumm... berasa aja feelingnya. Kaya berasa orangnya tu ngomong ke kita gitu... karakternya ngomong ke kita... (...) Kan disitu ada adegan yang bikin kyun-kyun hehehehe...”

(Shiki, 2015)

“Sebuah permainan visual game yang menyuguhkan cowok-cowok ganteng... Kan si ceweknya jadi rebutan kan posisinya hehe... Berasa hum... Aku tuh kayak direbutin banyak cowok!! Kyaaa... (...) Entah kenapa aku ngerasanya... kan kayak baca novel juga. Tapi dengan ada orangnya, yang keliatan wajahnya itu, jadi seneng... dari segi ceritanya kan rata-rata bagus.”

(Natsume, 2015)

“Kalo pas main gitu ya, cowoknya kok kayak gini, enak mungkin yaa punya pacar kayak gitu. Tapi yaaa... Hahaha!! Gak mungkin ada kaan?? Terlalu perfect kaan?”

(Kei, 2015)

“Umm... itu bisa jadi kayak obat gitu ya, hehe... jadi, kalo misalnya, apa... kesel gitu, pikiran lagi butek gitu yaa... trus main otome game itu kayak di refresh gitu aja... (...) kadang itu haha... kamu kayak dapat mune kyun. Hmmph mune kyun itu semacam deg-degan gitu yaa... eee... saat main itu... kamu bisa dapat deg-degan kayak gitu dan apa yaa... aku suka gituuu...”

(Ichuu, 2015)

“Soalnya itu ada salah satu tipe karakter yang aku suka, humm yang cowoknya itu kacamataan, haha... Daaan awalnya kan main itu karena iseng, tapi kadang kangen pengen main lagi. Tapi ternyata karena ceritanya menarik, ada unsur yaaang... bikin nagih! Nagih gitu, addict... gara-gara kata-katanya itu yang bikin ah jlebb gitu.”

(Didis, 2015)

Pernyataan-pernyataan informan di atas juga memiliki kesamaan dengan penyampaian tujuan pembuatan *josei muke gemu* salah satunya *otome game*, pada pernyataan Tanizaki (1995: 36) dalam jurnal Kim, yaitu permainan dimana para perempuan bisa bermain dan berfantasi dalam menemukan cinta sejatinya. Untuk memenuhi keinginan para gamer perempuan tersebut, maka diciptakanlah *otome*

game yang bisa membuat sang pemain berada di dalam situasi yang ‘real’ seperti layaknya berkencan dengan seorang pria. Para developer Jepang pun paham bahwa konsumen perempuan lebih tertarik dengan dalamnya sebuah kedekatan hubungan antar individu dan jalannya cerita romantis seperti pada *shoujo manga*.

b. Kategori *Negotiated*

Informan yang menempati kategori ini ada dua yaitu Janice dan Aim. Menurut mereka, *otome game* merupakan hiburan yang menyenangkan dengan tema cerita yang variatif, tidak hanya menonjolkan segi romantisnya. Walaupun ceritanya mengacu pada *shoujo manga*, namun *otome game* dengan tema yang berbeda misalnya seperti petualangan atau misteri, bagi mereka akan menjadi hal yang lebih menarik. Mereka senang bermain *otome game* namun mereka merasa kecewa dengan *otome game* saat ini yang hanya mengandalkan faktor *seiyuu* populer atau grafisnya yang bagus.

Resepsi diatas dibuktikan dengan pernyataan informan sebagai berikut.

“Otome game ituuu... Apa yaaa... entertainment gitu yaaa... terutama buat cewek-cewek yang jomblo! Hahaha! (...) ceritanya yang variatif. Jadi dia gak cuma sekedar romance. (...) Nah karena otome game itu karena saingannya banyak, otomatis dia itu bikin karakter ini sevariatif mungkin gitu. Bagusnya itu aku suka.”

“Hmmm... kalo aku ngomong, beberapa otome game saat ini kayaaaak.... Hambar gitu yaa. Karena pertama, dia cuma ngandalin faktor seiyuu yang populer, kedua dia ngandalin gambar yang bagus. Emm, aku gak akan tertarik hanya karena cowoknya ganteng. Ambillah setting yang misalnya tidak banyak orang mikir. (...) gothic kek, apocalypse kek, sejenis dunia yang sudah kiamat gitu, kan ndak ada gitu kan? Ambillah tema cerita yang orang nggak kepikiran gitu lho. Itu jadi sesuatu yang ndak bosenin. Cewek ndak cuma pengen dimanja tok, lho. Dia juga pengen sesuatu yang bisa bikin dia wakuwaku (rasa penasaran)... intinya walaupun humm ujung-ujungnya romance kan? Cuma romance nya itu jangan ngulang suatu pola yang sudah ada. Contohnya ketemu senpai, ketabrak senpai, ditolong. Gak ada apa-apa terus tiba-tiba suka.”

(Janice,2015)

Gambar 4: Screen capture pilihan karakter dalam game *Hakuoki* (2014) beserta pengisi suaranya (*seiyuu*)



“Menurutku otome game itu termasuk jenis hiburan sih... emmm menurutku otome game itu memiliki alur cerita yang gak melulu dating-dating gitu kaya Norn 9, dia mengacu ke fantasi gitu.... (...) Karena dasarnya kan aku suka shoujo manga, jadi yaa aku suka cerita-cerita yang romantis gitu. Tapi kalau melulu romance banget aku gak suka. Aku lebih suka yang ada cerita fantasinya sih... Menurutku yang lebih penting cerita yang menarik daripada karakter yang ganteng. Tapi kalo bisa dua-duanya sih bagus...”

“Kalau otome yang aku mainin di HP itu biasanya eee... harus nunggu kan. Iyaaa... yang online itu kan harus ada jeda waktunya, jadi itu bikin aku bosan sih. Yang offline juga ada yang bikin aku bosan. Soalnya ada yang ceritanya cuma gitu-gitu aja sih (romantis) dan gak bikin penasaran, atau ada cerita unsur fantasi yang menarik, gitu”

(Aim, 2015)

Gambar 5: Screen Capture Norn 9, salah satu contoh otome game dengan cerita fiksi tentang perjalanan menjelajah waktu



Kedua informan dalam kategori ini telah menekuni hobinya selama 3 tahun (Aim) dan 7 tahun (Janice). Menurut mereka, *otome game* yang ceritanya berdasarkan cerita romantis, akan lebih bagus bila dipadukan dengan tema cerita

fiksi atau petualangan. Tidak hanya pada kejadian sehari-hari misalnya cerita romantis di lingkungan sekolah. Sehingga informan pada kategori ini walaupun suka bermain *otome game* memiliki kekecewaan dan pemikiran tersendiri.

c. Kategori *Oppositional*

Dalam penelitian ini, peneliti tidak menemukan informan yang masuk dalam kategori *oppositional* karena para pemain pada dasarnya adalah penyuka *otome game* Jepang.

4. Simpulan

Dari hasil penelitian ini, dapat diambil kesimpulan mengenai penerimaan terhadap *otome game* Jepang dari sudut pandang 8 pemain di Surabaya. Hasil penerimaannya terbagi menjadi dua kategori, *dominant-hegemonic* dan *negotiated*.

Pertama yaitu kategori *dominant-hegemonic*. *Otome game* menurut mereka merupakan permainan dan sebuah cara yang menyenangkan dalam membaca novel romantis karena terdapat karakter dan suara yang membuatnya lebih hidup. Saat bermain *otome game* mereka merasa masuk ke dalam ceritanya bersama karakter yang mereka sukai. Hal ini menjadi suatu hiburan bagi mereka sehingga mereka bisa melupakan rasa sedih atau kejenuhannya dan membuat mereka kecanduan bermain *otome game*.

Kedua yaitu penerimaan terhadap *otome game* Jepang pada kategori *negotiated*. Menurut mereka, *otome game* merupakan suatu hiburan berupa bacaan romantis. Mereka menyukai *otome game*, namun mereka memiliki pemikiran sendiri bahwa *otome game* akan lebih bagus bila dipadukan dengan cerita baru bertema unik, atau petualangan yang mendebarkan. Mereka juga kecewa pada *otome game* saat ini yang ceritanya hambar karena hanya mengandalkan faktor *seiyuu* terkenal dan grafis.

Daftar Pustaka

Website:

_____, _____. 2013. My Candy Love, an Online Virtual Flirting *Game* for Girls.
<http://us.beemoov.com>. Diakses pada 10 September 2015 Pukul 11.20 WIB

_____, _____. 2013. The 3rd *Otome Game* from KOYONPLETE, “The Seal of Lycoris” Series, will Become Available on Android.
<http://koyonplete.com/> Diakses pada 10 September 2015 Pukul 10.35 WIB

_____, _____. 2013. これが現実！乙女ゲームをする女子の事態（その１）.
[http:// appwoman.jp/archives/63347](http://appwoman.jp/archives/63347). Diakses pada 8 Agustus 2015 Pukul 10.16 WIB

_____, _____. 2013. これが現実！乙女ゲームをする女子の事態（その２）.
[http:// appwoman.jp/archives/63349](http://appwoman.jp/archives/63349). Diakses pada 8 Agustus 2015 Pukul 10.20 WIB

_____, _____. 2013. My Candy Love, an Online Virtual Flirting *Game* for Girls.
<http://us.beemoov.com>. Diakses pada 10 September 2015 Pukul 11.20 WIB

_____, _____. 2015. TOUCHON MAGAZINE.
<http://www.touchonmagazine.com/about-us/>. Diakses pada 8 Desember 2015 Pukul 10.27 WIB

Otomegame of The Year. 2011. <http://ogy.jp/history/2011/>. Diakses pada 8 Agustus 2015 Pukul 10.45 WIB

Artikel:

Ann Russon, Marry. 2014. 22 Million Women Worldwide Hooked on ‘*Otome*’ Romantic *Dating Simulator Games*. <http://www.ibtimes.co.uk/22-million-women-hooked-otome-romantic-dating-simulator-games-1449353>.
Diakses pada 9 Agustus 2015 Pukul 11.00 WIB

Cosseboom, Leighton. 2014. Co-founder Mojiken: Indonesia adalah pasar yang menggiurkan bagi developer game. <https://id.techinasia.com/mojiken-indonesia-pasar-menggiurkan-bagi-developer-game/>. Diakses pada 2 Oktober 2015 Pukul 7.52 WIB

Fahmi, Mohammad. 2014. [Devtalk] Tikta Kavya – Roman Historis Buah Pikiran Sepasang Developer Indonesia. <http://id.techinasia.com/tikta-kavya-roman-buah-pikiran-sepasang-developer/>. Diakses pada 14 Januari 2016 Pukul 11.56 WIB

Buku :

Indranata, Iskandar. 2008. Pendekatan Kualitatif untuk Pengendalian Kualitas. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia

Kim, Hyeshin. 2009. Women's *Games* in Japan: Genderes Identity and Narrative Construction. *Theory, Culture, & Society* Vol. 26 (2-3)

Storey, John. 2006. Pengantar Komprehensif Teori dan Metode Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop. Yogyakarta: Jalasutra

Jurnal :

Estidianti, Brigitta Rena, Rahmatsyam. 2014. Perancangan *Game Visual Novel* “Tikta Kavya” dengan Konsep *Visual Bishounen*, Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh November

Taylor, Emily. 2007. *Dating Simulation Games: Leisure and Gaming of Japanese Youth Culture*. *Southeast Review of Asian Studies* Volume 29 (2007) pp. 192-208. University of North Carolina

Data Wawancara :

Wawancara terhadap Yuki. 2015.

Wawancara terhadap Shiki. 2015.

Wawancara terhadap Natsume. 2015.

Wawancara terhadap Kei. 2015.

Wawancara terhadap Ichuu. 2015.

Wawancara terhadap Didis. 2015.

Wawancara terhadap Janice. 2015.

Wawancara terhadap Aim. 2015.