

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

II.1 Penelitian Terdahulu

Topik tentang *game* Animal Crossing: New Horizons (Nintendo, 2020) telah banyak diangkat pada penelitian-penelitian terdahulu dengan mengambil *angle* tulisan dari berbagai segi, di antaranya popularitas ACNH di masa pandemi COVID-19, aspek *fashion* di dalam *game* ACNH, dan tren membuat konten untuk *platform* media sosial dari simulasi kehidupan sosial dalam *game* ACNH. Penelitian-penelitian tersebut menjadi acuan, pembanding, dan juga referensi penulis dalam penyusunan tesis, sehingga posisi penelitian ini menjadi lebih jelas.

Topik-topik penelitian yang dijadikan referensi untuk meneliti tentang *game* ACNH, antara lain adalah:

Tabel II. 1. Penelitian Terdahulu

No.	Penulis (Tahun)	Judul	Kesimpulan	Catatan
1.	1. Behailu Shiferaw Benti 2. Georg Stadtmann (2022)	“B Orders in Motion in the Video Game Industry: an Analysis Based on Animal Crossing: New Horizons”	Penelitian ini membahas popularitas ACNH selama pandemi COVID-19. Saat pembatasan sosial diberlakukan di seluruh dunia, banyak industri mengalami penurunan, namun industri teknologi dan hiburan justru tumbuh, termasuk <i>game online</i> . ACNH, dengan genre simulasi sosial berbasis waktu nyata, menawarkan pengalaman yang menyerupai kehidupan nyata, memungkinkan pemain untuk bersosialisasi dan beraktivitas virtual selama masa karantina, sehingga Tingkat popularitas <i>game</i>	Penelitian ini berfokus pada ketergantungan pemain pada <i>game</i> ACNH yang fenomenal, tidak membahas tentang desain karakter.

			ini naik tajam dan meraih penjualan fantastis.	
2.	Yicheng Chen (2023)	“The Impact of Fashion In Social Simulation Game On Generation Z User Experience With Different Fashion Sensitivities. A case study of Animal Crossing: New Horizons”	Penelitian ini membahas tentang unsur-unsur <i>fashion</i> yang makin marak digunakan di dalam <i>game</i> , terutama pada <i>game-game</i> bertipe simulasi sosial seperti ACNH. Dalam beberapa tahun ke belakang, aksesoris maupun produk <i>fashion</i> kolaboratif semakin banyak diluncurkan oleh berbagai merek <i>fashion</i> , di dalam <i>game</i> , sehingga terdapat banyak pilihan <i>fashion</i> bagi para pemain.	Fokus penelitian ini, pentingnya sistem pakaian dan elemen-elemen <i>fashion</i> dalam <i>game</i> , studi kasus pada <i>game</i> ACNH, dengan melihat dampak terhadap pemain yang memiliki selera <i>fashion</i> berbeda-beda. Penelitian ini tidak membahas soal desain karakter.
3.	Alex Custodio (2023)	“Modding Leisure: Content Creation in Animal Crossing: New Horizons”	Penelitian ini membahas tren pembuatan konten kreatif oleh para kreator di dalam <i>game</i> ACNH. Dengan visual yang estetik dan karakter-karakter yang lucu, serta <i>gameplay</i> berbasis waktu nyata, ACNH menarik perhatian kreator konten di berbagai platform seperti YouTube, Twitter (X), dan Instagram. Tren ini menciptakan fenomena budaya partisipatif, di mana pengguna tidak hanya menjadi konsumen pasif tetapi juga kontributor aktif dalam produksi konten. Kreator konten bahkan memodifikasi cerita dalam <i>game</i> dan menghasilkan video yang dapat dimonetisasi, memperkuat popularitas ACNH.	Fokus penelitian adalah pembuatan konten di dalam <i>game</i> ACNH, tidak membahas tentang desain karakter.

1. Analisis tentang popularitas ACNH pada masa pandemi COVID-19 seperti pada penelitian berjudul **“B|Orders in Motion in the Video Game Industry: An Analysis Based on Animal Crossing: New Horizons”** oleh Behailu Shiferaw Benti dan Georg Stadtmann dari European University Viadrina, Economics and Economic Theory, Grosse Scharrnstr. 59, 15230 Frankfurt (Oder) Germany dan University of Southern Denmark, Odense, Denmark. Tahun 2022.

Pada masa pandemi COVID-19, pemerintah di hampir seluruh belahan dunia menerapkan aturan ketat pembatasan aktivitas masyarakat demi mencegah penyebaran virus corona. Adanya aturan *lockdown* dan *stay-at-home*, larangan bepergian di dalam maupun luar negeri, banyak berpengaruh pada kehidupan masyarakat luas, baik secara fisik maupun psikis. Anggota keluarga yang terbaring sakit, ketidakpastian akan waktu berakhirnya status pandemi, obat-obatan dan vaksin yang sulit, serta berbagai situasi pelik lainnya yang amat mengganggu kehidupan normal masyarakat. Tak kalah krusialnya kenyataan bahwa sekolah-sekolah harus ditutup, kantor-kantor, maupun berbagai pusat bisnis turut mengalami masa-masa penutupan yang tentunya sangat merusak perekonomian.

Dalam situasi demikian, ternyata tidak semua industri mengalami keterpurukan. Beberapa jenis industri justru mengalami pertumbuhan seiring dengan permintaan kebutuhan masyarakat dunia saat itu. Industri teknologi *online meeting* seperti Zoom, GoogleMeet, yang menjawab kebutuhan akan pertemuan untuk rapat-rapat pekerjaan (Bennet, S. et al., 2021), toko-toko *online* yang tetap melayani kebutuhan berbelanja masyarakat, dan juga industri hiburan seperti platform layanan *streaming* menonton film dan tentu saja media hiburan seperti *game online* (Benti & Stadtmann, 2022).

ACNH sebagai genre *game* simulasi sosial yang menghadirkan situasi di dunia nyata ke dalam dunia *game*, seolah menjawab kebutuhan masyarakat akan sosialisasi, bekerja, beraktivitas, dan hiburan. *Game* dengan sistem waktu nyata (*real-time*) tersebut, mengisi hari-hari *lockdown* masyarakat.

Pemain bahkan dapat melakukan *meeting online* di dalam *game*, merayakan ulang tahun bersama-sama, serta saling mengunjungi pulau atau rumah pemain lain layaknya aktivitas di kehidupan dunia nyata. Tak heran dalam waktu enam minggu saja sejak dirilis pada 20 Maret 2020, *Animal Crossing: New Horizons* (ACNH) sudah mencatatkan penjualan secara global sebanyak 13 juta *copy* (Ludens, 2022), dan terus bertambah di tahun-tahun berikutnya.

2. Penelitian berikutnya membahas segi *fashion* di dalam *game*, mengambil studi kasus *game* Animal Crossing: New Horizons (ACNH): **“The Impact of Fashion In Social Simulation *Game* on Generation Z User Experience With Different Fashion Sensitivities. A case study of Animal Crossing: New Horizons”** oleh Yicheng Chen, dari program Master Degree Project in Informatics, One year Level 22.5 ECTS, Spring term 2023, University of Skövde, Sweden, tahun 2023.

Penelitian tersebut membahas tentang unsur-unsur *fashion* yang makin marak digunakan di dalam *game*, terutama pada *game-game* bertipe simulasi sosial seperti ACNH. Dalam beberapa tahun ke belakang, aksesoris maupun produk *fashion* kolaboratif semakin banyak diluncurkan oleh berbagai merek *fashion*, di dalam *game*, sehingga terdapat banyak pilihan *fashion* bagi para pemain. Fokus penelitiannya yaitu pentingnya sistem pakaian dan elemen-elemen *fashion* dalam *game*, studi kasus pada *game* ACNH, dengan melihat dampaknya terhadap para pemain yang memiliki selera *fashion* yang berbeda-beda.

ACNH sendiri sebagai *game* simulasi kehidupan sosial, sangat mengedepankan unsur *fashion* di dalam *game*-nya. Di pulau yang ditempati pemain dan karakter-karakter NPC, tersedia sebuah tailor shop, butik, atau toko pakaian yang menyediakan berbagai macam jenis pakaian dengan model yang selalu diperbarui, serta aksesoris *fashion* lengkap seperti topi, kacamata, kaos kaki, sepatu, tas, dan sebagainya. ACNH sendiri dengan sistem real-time nya, tentunya turut merayakan berbagai event sosial budaya seperti yang ada di kehidupan pada dunia nyata. Akibatnya, pemain

membutuhkan banyak pilihan fashion yang berbeda-beda untuk digunakan saat berlangsungnya sebuah musim atau pun untuk menghadiri berbagai event kehidupan sosial, layaknya di dunia nyata. Semua dapat dihadirkan dengan baik dan detail, dalam ACNH.

Namun demikian, unsur *fashion* di dalam ACNH tidak memiliki fungsi khusus yang dapat memengaruhi *gameplay* atau memberikan dampak apapun pada permainan. Unsur *fashion* di sini, murni untuk tujuan estetika (Chen Y. , 2023).

3. Penelitian terkait topik *game* ACNH berikutnya adalah tentang tren membuat konten oleh para konten kreator yang jeli melihat peluang membuat berbagai konten menarik dari kehidupan sosial di dalam *game*: **“Modding Leisure: Content Creation in Animal Crossing: New Horizons”** oleh Alex Custodio, dari Concordia University, yang dimuat dalam Proceedings of DiGRA 2023 Conference: Limits and Margins of Games, 2023.

Latar desain visual Animal Crossing: New Horizons yang estetik, ditambah visual avatar pemain dan karakter-karakter NPC yang *cute* dan lucu, serta *gameplay* yang dimainkan mengikuti sistem waktu nyata, menjadikan ACNH menarik untuk diangkat menjadi konten-konten sosial budaya. Maraknya tren aktivitas berbagi konten-konten kreatif di berbagai *platform* seperti Youtube, Twitter, Instagram, dan sebagainya, membuat ACNH turut menjadi sasaran pengguna yang datang sebagai *content creator* dan bukan sebagai *gamer*. Praktik ko-kreatif tersebut kemudian disebut dengan istilah budaya partisipatif. Budaya partisipatif adalah istilah yang menantang pandangan tradisional tentang konsumen pasif, dengan menyatakan bahwa melalui komunikasi interaktif dan jaringan, pengguna media dapat berperan sebagai kontributor aktif dalam budaya.

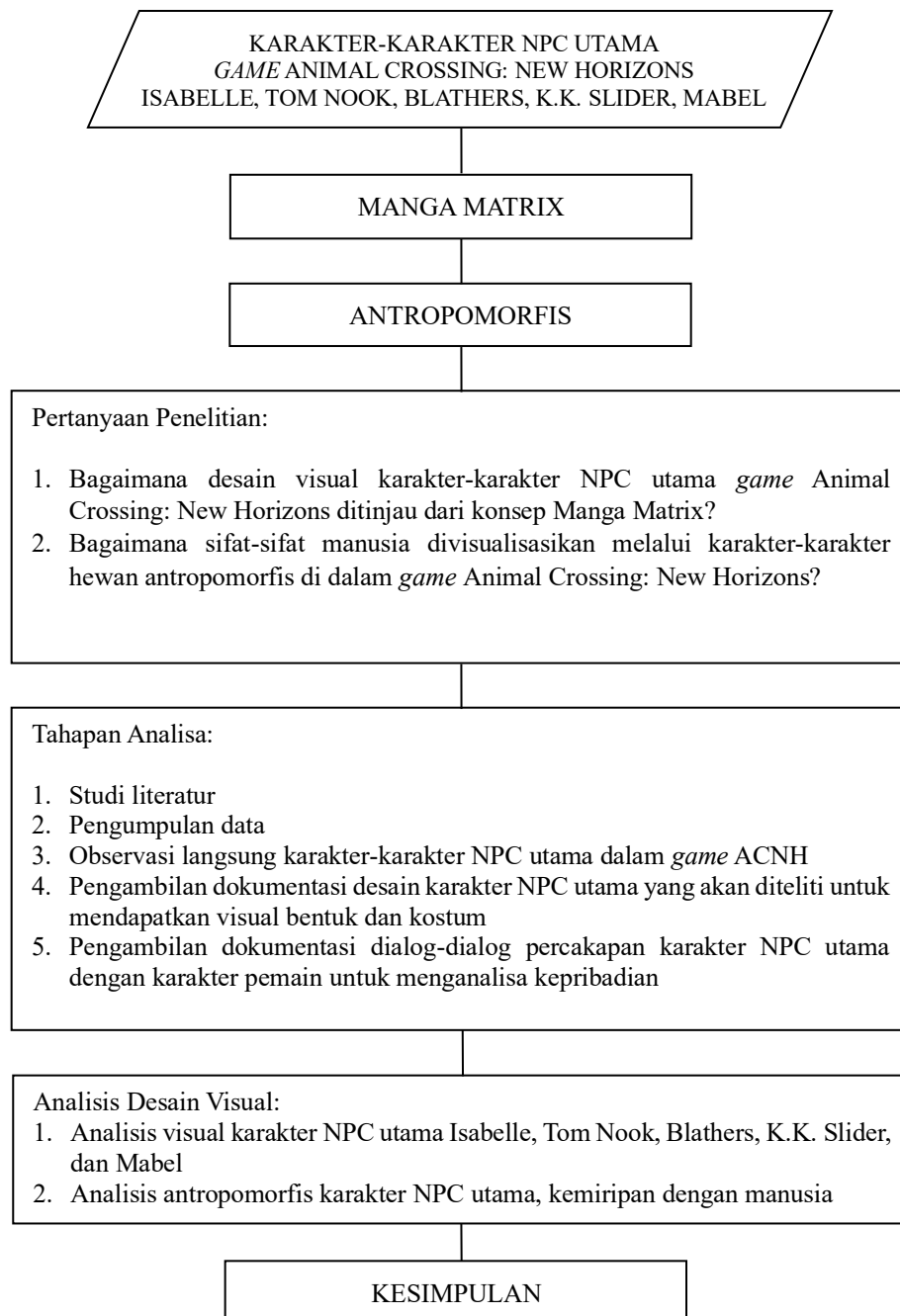
Selain memamerkan berbagai tangkapan layar dari *gameplay* di ACNH, pembuat konten juga dapat memodifikasi cerita di dalam *game* menjadi seperti yang diinginkan. Keleluasaan tersebut melahirkan banyak sekali

konten video-video Youtube dengan sejumlah partisipasi dari pengguna internet, yang pada akhirnya popularitas tersebut dapat dimonetisasi.

Posisi Penelitian

Berdasarkan uraian pada penelitian terdahulu tentang *game* Animal Crossing: New Horizons (ACNH) yang mengambil tiga sudut pandang yang berbeda, yaitu popularitas ACNH pada masa pandemi COVID-19, aspek *fashion* di dalam *game* ACNH, dan tren membuat konten untuk *platform* media sosial dari simulasi kehidupan sosial dalam *game* ACNH. Hal itu menempatkan posisi penelitian ini berfokus pada topik dari sudut pandang yang berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu mengenai desain visual karakter, dengan tujuan untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang belum banyak dibahas dan memberikan perspektif baru terhadap *game* populer tersebut.

II.2 Alur Penelitian (*Roadmap*)



Gambar II. 1. Bagan Alur Penelitian
Sumber: dokumentasi penulis

II.3 Konsep Antropomorfis

Secara etimologi, antropomorfis berasal dari dua buah kata dalam bahasa Yunani, yaitu *ánthrōpos* yang berarti manusia, dan *morphē* yang berarti bentuk (Carter et al., 2023). Sehingga, secara harfiah, antropomorfis memiliki arti berbentuk manusia, atau berwujud manusia. Antropomorfis pada dasarnya adalah pemberian bentuk, sifat atau kepribadian, perilaku, dan emosi manusia kepada entitas-entitas non-manusia seperti hewan, atau benda-benda mati (Cahyadi, 2023).

Konsep antropomorfis adalah sebuah konsep yang digunakan manusia untuk memberikan karakteristik bentuk, emosi, dan sifat-sifat yang sebenarnya hanya dimiliki oleh manusia, kepada entitas non-manusia. Contoh-contoh konsep antropomorfis banyak ditemui dalam berbagai cerita anak yang diangkat oleh perusahaan raksasa media massa dan hiburan seperti Disney, ke dalam kisah-kisah Disney's Princess seperti Cinderella dan Beauty and The Beast, atau pada The Lion King, Mickey Mouse dan sebagainya. Dalam cerita-cerita populer tersebut, entitas-entitas non-manusia seperti hewan maupun benda-benda mati, banyak digambarkan berperilaku seperti manusia. Misalnya pada karakter Mickey Mouse yang memiliki kepala hewan tikus tetapi badannya adalah badan manusia (Chen & Zhunag, 2023) dengan postur berdiri tegak, memiliki tangan dan kaki, serta berbicara dan bertingkah laku seperti manusia. Cangkir, teko, hingga lampu dalam cerita Beauty and The Beast, memiliki mata dan mulut hingga dapat berbicara seperti halnya manusia.

Konsep ini adalah cara manusia untuk membuat dunia di luar entitas manusia dapat lebih dipahami dengan mudah, karena sifat-sifat, bentuk, dan emosi tersebut sangat dekat dengan pengalaman manusia.

Game ACNH memiliki karakter-karakter NPC antropomorfik yang berasal dari fisik hewan. Hewan, dalam beberapa aspek, melakukan aktivitas tertentu yang mirip dengan aktivitas manusia (Ekawardhani, 2015).

II.4 Teori Manga Matrix

Manga Matrix merupakan sebuah teknik untuk merancang karakter, khususnya karakter manga, dengan menggunakan *grid* (Alvini & Guntur, 2014). Teknik ini diperkenalkan oleh Hiroyoshi Tsukamoto dalam bukunya yang berjudul *Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System* dan *Super Manga Matrix: Create Amazing Characters with The Matrix System*.

Bahwasanya dalam merancang sebuah karakter, terdapat berbagai elemen yang menjadi parameter dari terciptanya sebuah desain karakter. Dengan menggabungkan berbagai elemen dalam diagram tersebut, peluang untuk menciptakan berbagai macam karakter menjadi sangat besar, mulai dari karakter asli, makhluk-makhluk unik, hingga monster yang lebih kompleks (Tsukamoto, 2006). Matriks karakter tersebut dibagi ke dalam *Form Matrix* (Matriks Bentuk), *Costume Matrix* (Matriks Kostum), dan *Personality Matrix* (Matriks Kepribadian) (Rinaldi & Saefudin, 2024).

Konsep desain karakter dari Jepang ini dianggap cocok untuk digunakan oleh peneliti untuk menganalisis desain visual karakter *game* *Animal Crossing: New Horizons*, yang dikembangkan oleh Nintendo, perusahaan *game* asal Jepang. Selain untuk merancang karakter, Manga Matrix juga telah banyak digunakan untuk menganalisa desain karakter yang sudah jadi, seperti pada penelitian-penelitian berikut:

Tabel II. 2. Penelitian tentang Analisis Desain Karakter Menggunakan Manga Matrix

No.	Judul	Peneliti	Instansi
1.	Analisis Visual Karakter Sri Asih Celestial Goddess dengan Teori Manga Matrix	1. Dwan Kumara Tyagi 2. Fitri Murfianti	Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.
2.	Analisis Perubahan Desain Karakter Dalam Gim Final Fantasy VII Remake Berdasarkan Pendekatan Manga Matrix	Ika Resmika Andelina	Universitas Bunda Mulia
3.	Analisis Desain Karakter dalam E-book Desa Sambeng	1. Hanaanam Maliyyaa	Institut Pertanian Bogor

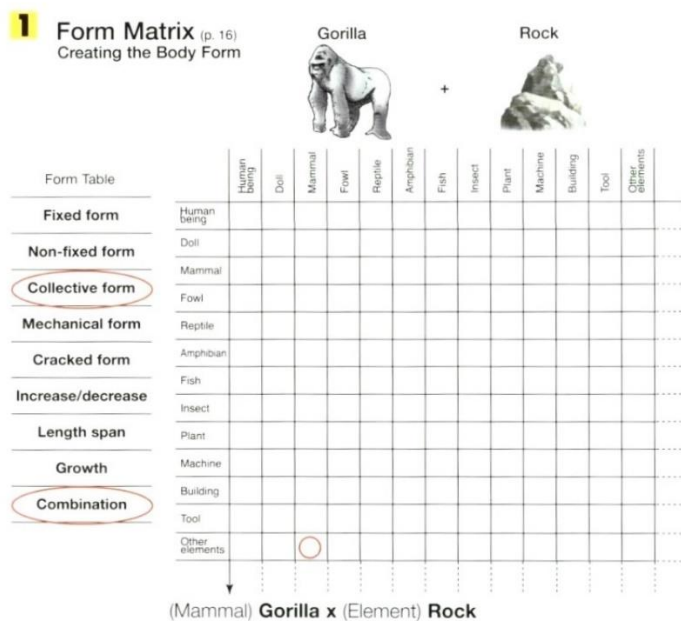
	Menggunakan Metode Manga Matrix	2. Amata Fami Allicia Galuh Paramita 3. Sholastika Divia Valentina	
--	---------------------------------	--	--

Berikut langkah-langkah perancangan desain karakter oleh Hiroyoshi Tsukamoto, dalam bentuk matriks bentuk, kostum, dan kepribadian:

1. *Form Matrix* (Matriks Bentuk)

Matriks bentuk merupakan perancangan struktur dan bentuk tubuh yang mengambil referensi dari elemen-elemen pembentuk karakter yang sudah ada, dan digabungkan untuk menciptakan jenis karakter baru yang inovatif.

STEPS IN CHARACTER MAKING



Gambar II. 2. *Form Matrix* (matriks bentuk)

Sumber: Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System

Pada matriks bentuk, terdapat parameter-parameter yang digunakan untuk merancang bentuk suatu karakter. Parameter-parameter tersebut dapat

digabungkan sehingga menjadi sebuah desain karakter. Dalam buku *Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System* (Gambar II. 2), Tsukamoto membagi parameter matriks bentuk, menjadi: *Fixed form*, *Non-fixed form*, *Collective form*, *Mechanical form*, *Cracked form*, *Increase/decrease*, *Length span*, *Growth*, dan *Combination*.

- *Fixed form* adalah bentuk tetap, yaitu karakter dengan tampilan fisik yang konsisten, atau tidak berubah-ubah, dalam perannya di dalam *gameplay*.
- Sebaliknya, *Non-fixed form* merujuk pada karakter yang tidak memiliki tampilan fisik yang tetap, atau bisa berubah-ubah, baik dari segi bentuk fisik maupun atribut fisik lainnya.
- *Collective form* mengacu pada karakter yang merupakan representasi dari beberapa elemen atau karakteristik yang mencerminkan kategori tertentu.
- *Mechanical form* mengacu pada karakter dengan elemen yang berkaitan dengan teknologi atau mesin dan material mekanis lainnya.
- *Cracked form* menggambarkan karakter dengan elemen visual yang menampilkan keretakan atau kerusakan dalam bentuk desain karakternya.
- *Increase form* dalam desain karakter merujuk pada peningkatan atribut tertentu seperti kekuatannya, ukuran, kecerdasan, atau elemen lainnya yang membuat karakter lebih kuat.
- *Decrease form* kebalikan dari *Increase form*, yaitu adanya penurunan atribut atau pelemahan karakter dan perubahan yang signifikan.
- *Length span* merujuk pada panjang dari karakter dari segi ukuran bagian tubuh atau elemen lainnya.
- *Growth* menggambarkan perubahan-perubahan atau perkembangan sebuah desain karakter dalam cerita yang dapat menunjukkan evolusi karakter tersebut.
- *Combination* adalah penggabungan berbagai elemen, atribut, atau karakteristik untuk menciptakan karakter yang unik atau kompleks.

2. *Costume Matrix* (Matriks Kostum)

Matriks kostum berfungsi sebagai parameter dalam perancangan karakter, di mana kostum dikembangkan dengan tema yang sesuai untuk meningkatkan keunikan karakter. Dalam konteks ini, pilihan kostum tidak hanya mencerminkan identitas karakter tetapi juga berfungsi sebagai aksesori yang membantu karakter, selain berperan sebagai pelindung tubuh.



Gambar II. 3. *Costume Matrix* (matriks kostum)

Sumber: Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System

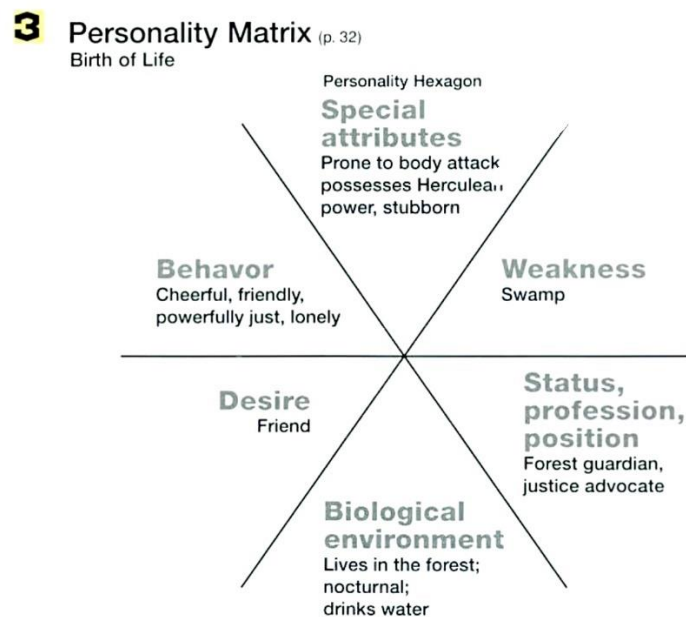
Pada matriks kostum (Gambar II.3), parameter yang digunakan adalah *Body wear*, *Covering/footwear*, *Ornament*, *Makeup*, *Wrap/tie*, dan *Carry-on item* (Tsukamoto, 2006).

- Parameter *Body wear* yang dimaksud pada matriks kostum, merujuk pada pakaian atau penutup badan yang dikenakan oleh desain karakternya, sebagai contoh, baju atasan berupa kemeja dan sebagainya, dan juga celana.
- *Covering/footwear*, ini merujuk pada alas kaki yang dikenakan oleh karakter, bisa sepatu, sandal, *boots*, dan lain-lain.
- *Ornament* di sini, berupa hiasan dan atau aksesoris apapun yang melekat pada tubuh karakter, seperti kalung, gelang, cincin, dan sebagainya.

- *Makeup*, mengacu pada adanya tanda khusus pada wajah desain karakter sehingga memberikan keunikan tertentu pada karakter tersebut, seperti bulatan merah pada pipi, adanya tato, dan riasan lainnya.
- Parameter selanjutnya adalah *wrap/tie*, yaitu benda-benda yang mengikat atau melilit tubuh karakter seperti dasi, *scarf*, dan aksesoris lainnya.
- *Carry-on item*, mengacu pada benda apapun yang selalu dibawa oleh sebuah karakter dan melekat padanya, biasanya berupa tas, koper kecil, gitar, kamera dan *item* lainnya.

3. *Personality Matrix* (Matriks Kepribadian)

Matriks *personality* adalah matriks kepribadian atau sifat dari karakter. Sejak karakter terbentuk, ia belum memiliki kepribadian yang tetap. Seperti halnya kertas kosong yang perlu diisi dengan kepribadian secara bebas.



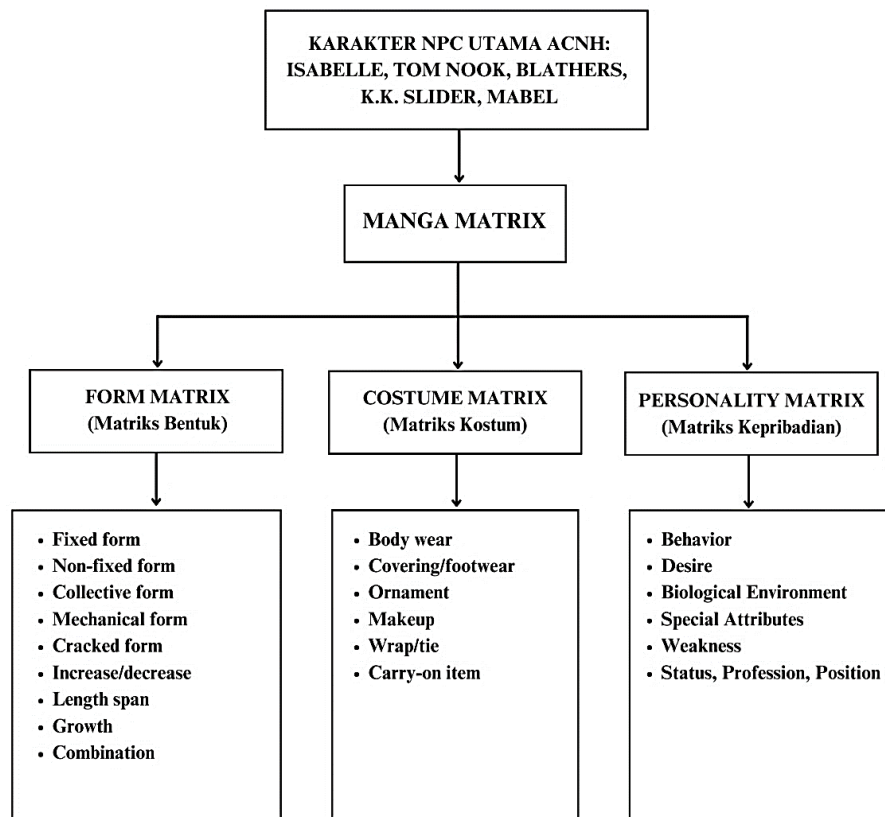
Gambar II. 4. *Personality Matrix* (matriks kepribadian)

Sumber: Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System

Pada matriks kepribadian (Gambar II. 4), parameter yang digunakan adalah *Behavior*, *Desire*, *Biological environment*, *Special Attributes*, *Weakness*, dan *Status/profession/position* (Tsukamoto, 2006).

- Parameter *behaviour* adalah tentang perilaku dan bagaimana sisi emosi dari desain karakter yang menggambarkan sifat-sifatnya, misalnya ramah, tidak banyak bicara, penakut, pemalas, mudah marah, pemalu, atau ceria.
- *Desire* atau keinginan, mengacu pada tujuan yang hendak dicapai oleh karakter di dalam perannya tersebut, misalnya keinginan untuk membangun pulau terpencil menjadi sebuah tempat hunian mewah.
- *Biological environment* adalah tempat atau wilayah di mana karakter berada, tinggal dan bekerja.
- *Special attributes* menjelaskan adanya keunggulan tertentu atau keistimewaan khusus yang menjadi ciri khas dari desain karakter, misalnya sebuah karakter dapat berubah-ubah bentuk, dan banyak lagi kemampuan lainnya.
- *Weakness* merujuk pada kelemahan suatu karakter.
- *Status, profession, position*, mengacu pada peran, pekerjaan atau profesi dan posisi sebuah karakter.

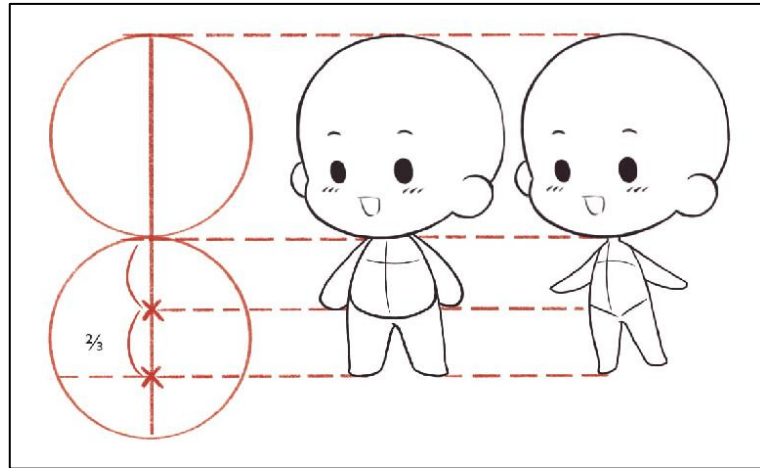
Parameter-parameter tersebut yang kemudian akan digunakan pada analisis karakter di Bab IV. Tahapan analisisnya adalah sebagai berikut:



Gambar II. 5. Bagan analisis karakter berdasarkan konsep Manga Matrix
Sumber: (Tsukamoto, 2006)

II.5 Gaya *Chibi*

Chibi adalah istilah Jepang yang berarti "kecil" atau "mungil". Secara umum, *chibi* dikenal sebagai versi mini dari karakter "manusia" dalam anime dan manga Jepang. Karakter *chibi* biasanya dikenal memiliki mata besar, kepala besar, dan anggota tubuh mungil, yang membuat mereka kawaii atau lucu. *Chibi* sering dimasukkan ke dalam adegan yang lebih serius dalam anime dan komik manga untuk menghibur. *Chibi* menjadi lebih beragam seiring waktu, dengan berbagai gaya menggambar yang berbeda (bergantung pada variasi detail, anatomi, gaya seni, dll.) (Im, 2022).



Gambar II. 6. Proporsi tubuh chibi
Sumber: (Piuuvy, 2023)

Chibi pada dasarnya mirip dengan karikatur bergaya dari karakter anime biasa; fitur wajah dan anatomi tertentu dikurangi, sementara penampilan keseluruhan karakter tetap dapat dikenali. Dalam konteks desain karakter, terutama dalam anime dan manga, *chibi* merujuk pada gaya ilustrasi di mana karakter digambarkan dengan proporsi tubuh yang sangat kecil dan kepala yang jauh lebih besar dari tubuhnya (Im, 2022), memberikan tampilan yang lucu dan menggemaskan. Gaya *chibi* sering digunakan untuk mengekspresikan emosi yang kuat, situasi komedi, atau untuk membuat karakter terlihat lebih *cute* dan menghibur.

Beberapa karakteristik utama *chibi*, sebagai berikut:

- Kepala besar, dengan badan dan anggota tubuh yang kecil.
- Wajah dengan mata besar, dan hidung serta mulut kecil.
- Tangan dan kaki yang terkadang dilebih-lebihkan untuk memberikan tampilan yang lebih "kartun".

Berikut contoh makhluk mistis dari mitologi bangsa Aztek di Meksiko yang merupakan dewa pencipta dan langit bangsa Aztek, dalam wujud burung dan ular, bernama Quetzalcoatl.



Gambar II. 7. Quetzalcoatl dalam ukuran penuh dan dalam bentuk chibi
Sumber: (Im, 2022)

Gambar II. 7. adalah Quetzalcoatl dalam ukuran penuh dengan proporsi normal dan Quetzalcoatl dalam bentuk *chibi* yang memiliki ciri-ciri utama yang sama, yaitu bulu, sayap, leher panjang, dan wajah memanjang. Idenya bukan hanya untuk memberi quetzalcoatl gaya *chibi* dengan kepala yang lebih besar dan tubuh yang lebih gemuk (yang merupakan ciri-ciri umum karakter *chibi*), tetapi juga untuk memberi gaya pada ciri-ciri yang membuat Quetzalcoatl terlihat seperti Quetzalcoatl, seperti terdapat bulu, sayap, dan tubuh ular (Im, 2022).