BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Desain

Robin Landa (2014, hlm. 1) dalam bukunya mengatakan bahwa desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi secara visual yang bertujuan untuk memberikan pesan atau informasi kepada pembaca atau penonton. Komunikasi secara visual disampaikan melalui sebuah representasi visual dari ide atau gagasan yang disesuaikan dengan elemen visual.

2.1.1. Elemen Desain

Dalam suatu perancangan desain, desainer menggunakan elemen-elemen grafis untuk menyusun dan mengatur komposisi suatu desain agar informasi dapat tersampaikan dengan baik. Menurut Robin Landa (2014, hlm. 19), elemen-elemen pada desain adalah sebagai berikut.

1. Titik

Titik adalah elemen terkecil dari suatu desain yang berbentuk lingkaran. Pada gambar yang berbasis digital titik juga disebut dengan pixel yang berbentuk persegi. (hlm. 19)

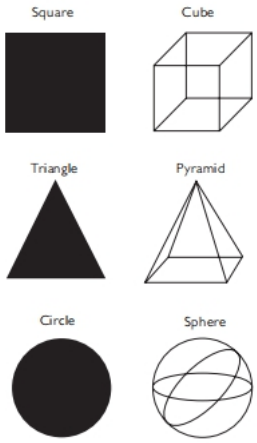
2. Garis

Garis adalah gabungan dari titik yang memanjang. Garis digunakan sebagai alat visualisasi saat menggambar. Garis memiliki berbagai macam wujud seperti lurus, lengkung, bersudut, dan lain lain. Selain itu garis memiliki berbagai macam karakter seperti panjang, lebar, kasar, halus dan

lain sebagainya. Garis dapat berfungsi sebagai petunjuk arah yang dapat memandu mata para pembaca. (hlm. 19)

3. Bentuk

Bentuk adalah sebuah garis besar dari sesuatu. Bentuk digambarkan pada permukaan dua dimensi yang terbuat dari garis. Bentuk juga bisa dikatakan sebagai garis yang tertutup. Pada dasarnya, bentuk dasar ada 3 yaitu persegi, segitiga dan lingkaran. Masing masing bentuk dasar ini memiliki turunan bentuk berdimensi yaitu kubus, piramida dan bola. (hlm. 20-21)



Gambar 2.1. Bentuk Dasar
(Landa, 2014)

4. Figure-Ground

Figure-Ground atau yang disebut juga dengan ruang positif dan negatif adalah prinsip dasar dari persepsi visual yang berhubungan langsung dengan bentuk pada permukaan dua dimensi. Figure atau ruang positif adalah bentuk yang konkrit dan nyata serta dapat diidentifikasi langsung

oleh mata. Sedangkan Ground atau ruang negatif adalah bentuk yang tidak nyata yang berada diantara figure atau ruang positif. (hlm. 21)

5. Warna

Warna adalah pantulan cahaya yang bisa ditangkap oleh mata manusia. Cahaya yang terkena sebuah objek sebagian akan diserap dan sebagian lagi dipantulkan. Cahaya yang dipantulkan itulah yang bisa ditangkap oleh mata manusia. Dalam desain warna sangat berpengaruh dalam membentuk persepsi para pembaca atau penonton. (hlm. 23)

Warna dibagi menjadi 3 elemen yaitu *hue, value* dan *saturation. Hue* merupakan nama dari sebuah warna seperti merah, biru, kuning dan lain-lain. *Value* merupakan tingkat luminositas atau terang dan gelap sebuah warna. Misalnya pada warna biru terdapat biru tua dan biru muda, pada warna merah terdapat warna merah tua dan merah muda. *Saturation* adalah tingkat kecerahan suatu warna atau bisa dikatakan dengan warna cerah dan warna kusam. Misalnya warna merah memiliki warna merah cerah atau merah gelap. (hlm. 23).

Warna terdiri dari 2 jenis yaitu warna primer dan warna sekunder. Pada warna primer terdapat warna merah, biru dan kuning yang menjadi warna dasar. Warna sekunder adalah warna yang merupakan gabungan dari warna dasar seperti hijau, orange, ungu dan lain lain. (hlm. 23)

Gambar 2.2. Warna Primer dan Sekunder
(Landa, 2014)

6. Tekstur

Tekstur adalah kualitas dan Representasi dari suatu permukaan benda atau objek. Tekstur terbagi 2 jenis yaitu tekstur taktil dan tekstur visual. Tekstur taktil adalah tekstur permukaan yang nyata dan bisa dirasakan dan bisa disentuh oleh indra manusia. Sedangkan tekstur visual adalah tekstur yang tidak bisa dirasakan secara fisik. Tekstur visual berupa ilusi yang ditampilkan sehingga mata manusia seolah olah melihat sebuah tekstur asli. (hlm. 28)

2.1.2. Prinsip Desain

Dalam desain dibutuhkan beberapa aturan dan prinsip yang harus diikuti agar dapat menghasilkan sebuah karya visual yang baik. Berikut ini adalah prinsip desain yang ditulis oleh Robin Landa (hlm. 29).

1. Format

Format adalah suatu benda dalam mengerjakan sebuah desain sehingga desain dapat terarah dengan baik. Format dapat berupa sebuah media bagi seorang desainer untuk membuat sebuah desain. Format tersebut dapat berupa ukuran layar dari sebuah media seperti ukuran layar pada gawai, poster, billboard dan lain sebagainya. (hlm. 29)

2. Keseimbangan

Keseimbangan adalah sebuah kestabilan atau kesetaraan dalam desain. Keseimbangan biasanya berasal dari intuisi yang tercipta dari seorang desainer sendiri. Keseimbangan bisa tercipta dari mengatur komposisi dan elemen elemen desain yang ada pada sebuah desain. (hlm. 30)

3. Hirarki Visual

Hirarki visual adalah cara mengatur sebuah desain agar memiliki kesinambungan yang baik. Dengan terciptanya hirarki visual membuat sebuah desain dapat terarah dengan baik dan informasi yang akan disampaikan dapat dimengerti dan tersampaikan dengan baik. Tujuan hirarki visual adalah menuntun mata pembaca untuk melihat informasi yang akan disampaikan. (hlm. 33)

4. Penekanan

Penekanan (*emphasis*) adalah suatu penekanan dan titik berat dari komposisi sebuah desain. *Emphasis* menunjukkan pusat dari sebuah desain sehingga dapat mengarahkan mata pembaca untuk melihat informasi yang ada. *Emphasis* memiliki 6 jenis yaitu (hlm. 34-35) :

- *Isolation*

  Emphasis yang menggunakan teknik isolasi dengan mengisolasi bentuk sedemikian rupa hingga menjadi pusat perhatian. Titik fokus harus disesuaikan dengan penempatan komposisi yang baik.

- *Placement*

  Emphasis yang ditunjukkan melalui menempatkan yang baik dengan mempertimbangkan posisi dari suatu objek dalam komposisi tertentu.

- *Scale*

  *Emphasi*s yang menggunakan skala dengan mempertimbangkan besar kecilnya suatu objek yang dapat memberikan efek ilusi pada mata.

- *Contras*

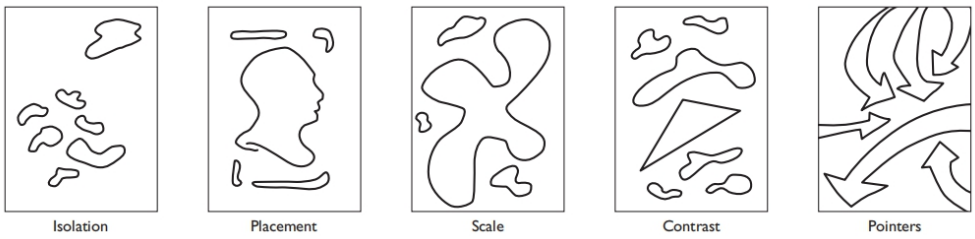
  Penekanan bentuk melalui sebuah kontras seperti gelap dan terang, halus dan kasar, dan lain lain.

- *Direction and Pointers*

Penekanan ditunjukkan dengan menggunakan simbol atau bentuk seperti penunjuk seperti panah atau garis yang mengarah pada titik tertentu.

- *Diagrammatic Structures*

Penekanan ini digambarkan melalui sebuah diagram atau struktur yang menempatkan posisi utama di atas atau di bawah diikuti dengan elemen lainnya.



Gambar 2.3. *Emphasis*
(Landa, 2014)

5. Ritme

Ritme sering direpresentasikan dengan melodi atau irama dalam musik. Dalam desain ritme adalah pola yang repetitif atau berulang sehingga membantu mata pembaca untuk terarah pada suatu informasi yang akan disampaikan. (hlm. 35)

6. Unity

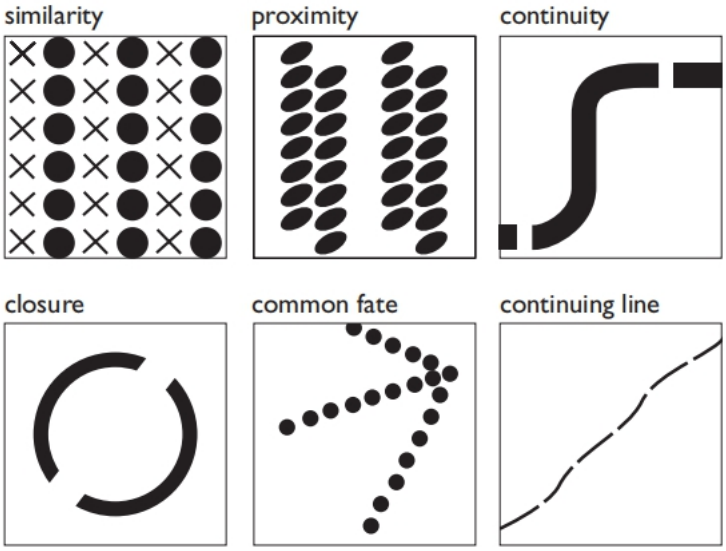
Unity adalah sebuah keselarasan atau kesatuan yang terdapat pada sebuah desain. Desainer perlu untuk menciptakan keselarasan dan kesatuan dalam desain, membuat komposisi dan elemen elemen desain yang terlihat dalam

satu kesatuan sehingga tercipta desain yang baik dan informasi atau pesan yang terdapat dalam suatu desain dapat tersampaikan dengan baik. (hlm. 36)

7. Laws of Perceptual Organization

Terdapat 6 poin pengaturan persepsi, yaitu *similarity, proximity, continuity, closure, common fate, dan continuing line.*

- *Similarity :* Bentuk yang memiliki karakteristik atau kemiripan dapat dikategorikan bersama seperti kemiripan dalam hal bentuk, warna, tekstur dan arah.
- *Proximity :* Bentuk yang saling berdekatan dan memiliki kemiripan dapat dikategorikan bersama.
- *Continuity* : Bentuk yang saling berkaitan dan terlihat memiliki koneksi sehingga terbentuk seperti gerakan.
- *Closure* : Beberapa bentuk individu yang digabungkan hingga menghasilkan sebuah bentuk atau pola yang baru.
- *Common Fate* : Bentuk yang dapat dikategorikan bersama jika cenderung mengarah ke arah yang sama.
- *Continuing Line* : Beberapa garis yang berdekatan dan memiliki arah yang sama sehingga membuat suatu garis baru. (hlm. 36)



Gambar 2.4. Persepsi
(Landa, 2014)

8. Skala

Skala adalah perhitungan ukuran dalam suatu desain. Skala digunakan untuk mengatur elemen elemen desain agar tercipta suatu desain yang memiliki komposisi yang baik. Skala pada dasarnya merupakan hubungan antar proporsi dan bentuk. (hlm. 39)

2.1.3. Tipografi

1. Anatomi

Anatomi huruf adalah ciri ciri atau karakter suatu tipografi. Mengenal karakter dari suatu tipografi membantu kita dalam menerapkan tipografi tersebut ke dalam sebuah desain. Dengan mengenal karakter tipografi dapat membantu kita menentukan tulisan mana yang cocok dan sesuai

dengan desain dan pesan yang akan disampaikan ke pembaca. Dalam kaidahnya, anatomi memiliki beberapa jenis yaitu (hlm. 46)

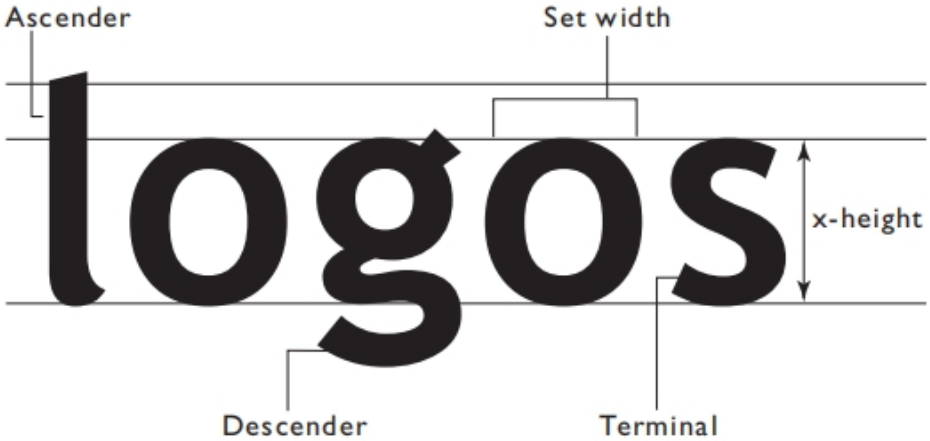
A. *Ascender* : Bagian huruf kecil yang berada di atas *X-height*

B. Decender : Bagian huruf kecil yang berada di bawah *X-height*

C. Terminal : Bagian akhir dari sebuah huruf

D. Set width : Berupa ketebalan dari sebuah huruf

E. X-height : Ukuran tinggi dari huruf kecil.



Gambar 2.5. Anatomi Huruf
(Landa, 2014)

2. Jenis Huruf

Saat ini sudah banyak sekali jenis tipografi yang ada. Berbagai macam tipografi tersebut dapat diklasifikasikan karakter dan sejarah dari tipografi itu sendiri. Berikut ini adalah jenis jenis tipografi yang ada.

A. Oldstyle

Tipografi ini muncul di akhir abad kelima belas. Karakter dari tipografi ini adalah memiliki sudut dan memiliki *serif.* Contoh tipografi o*ldstyle* adalah t*imes new roman, garamond, dan calson.*

B. Transitional

Muncul pada abad kedelapan belas. Tipografi ini adalah transisi dari gaya tipografi lama ke gaya tipografi yang baru. Contohnya adalah *baskerville* dan *century.*

C. Modern

Muncul di akhir abad kedelapan belas dengan bentuk yang lebih geometris. Tipografi ini berbeda dengan gaya lama dan memiliki ketebalan yang huruf yang lebih bervariasi. Contohnya adalah *bodoni, didot, dan walbaum.*

D. Slab Serif

Muncul pada awal abad kesembilan belas yang memiliki ciri huruf lebih tebal. Tipografi ini merupakan kategori dari tulisan mesir. Contohnya adalah *memphis, bookman, american typewriter.*

E. Sans Serif

Muncul di awal abad kesembilan belas dengan karakter tulisan tanpa *serif* atau tanpa lekukan. Contohnya adalah *futura, helvetica,* dan *univers.*

F. Blackletter

Muncul pada pertengahan abad ketiga belas hingga abad kelima belas. Tipografi ini memiliki huruf yang tebal dan berat dengan sedikit kurva atau lekukan. Contohnya adalah *rotunda.*

G. Script

Tipografi ini adalah jenis huruf dengan karakteristik yang paling mendekati tulisan tangan. Karakter tulisan ini adalah agak miring dan biasanya bersambung antara satu huruf dengan huruf yang lainnya. Contohnya adalah *brush script dan shelley allegro script*

H. Display

Jenis tipografi ini dirancang khusus untuk penggunaan pada ukuran yang lebih besar seperti judul suatu berita. Karakter dari jenis tipografi ini akan sulit dibaca jika dijadikan sebagai *body text.*

Gambar 2.6. Jenis Tipografi
(Landa, 2014)

3. *Typefamily*

Typefamily adalah variasi dari jenis tipografi yang membentuk sebuah karakter visual yang diklasifikasikan menjadi satu famili. Variasi karakter yang dimaksud adalah

- Berat yang terdiri dari ringan, sedang, dan tebal
- Lebar yang terdiri dari padat, reguler, dan panjang
- Sudut yang terdiri dari roman, tegak, dan miring

2.1.4. *Grid*

Robin Landa (2014, hlm. 147) mengungkapkan bahwa *grid* merupakan sebuah panduan untuk mengatur komposisi dan struktur dari sebuah desain. *Grid* berfungsi sebagai dasar dari penyusunan segala jenis desain dimulai dari buku, majalah, website, brosur dan masih banyak lagi. *Grid* membantu kita untuk menyusun dan mengatur seluruh elemen desain agar dapat dibaca dengan baik. Menurut Beth Tondreau (2019, hlm. 10) *Grid* terdiri dari beberapa struktur sebagai berikut.

1. Kolom

   Bidang vertikal yang menjadi tempat untuk elemen desain diletakkan. Kolom pada halaman dapat berbeda tergantung pada penggunaannya.

2. Modul

   Satu bidang individu yang merupakan bagian dari kolom yang sudah disusun.

3. *Margin*

   Ruang penyangga yang memisahkan halaman. *Margin* juga bisa menjadi tambahan ruang untuk catatan dan keterangan.

4. Zona Spasial

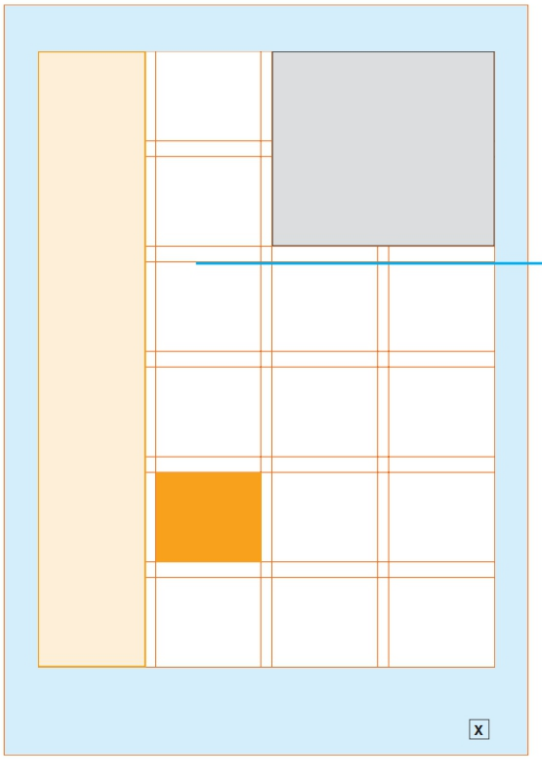
   Gabungan dari beberapa modul dan kolom yang membentuk area tertentu.

5. *Flowlines*

   Garis yang menjadi tanda untuk memisahkan bagian kolom, modul, dan lain-lain.

7. Markers

Penanda suatu informasi. Biasanya memiliki letak yang sama di setiap halaman seperti nomor halaman.



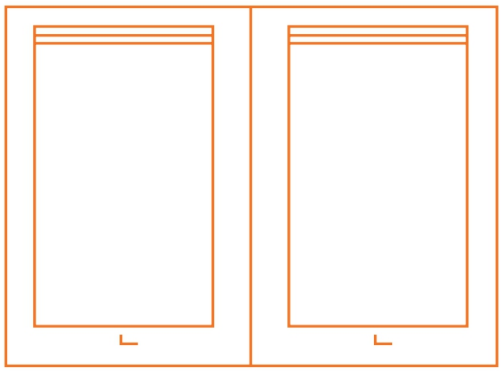
Gambar 2.7. Struktur *Grid*
(Tondreau, 2019)

Grid terdiri dari beberapa jenis dan masing-masing jenis memiliki fungsi tergantung pada penempatan dan pengguanannya dalam desain. Menurut Tondreau (2019, hlm. 11) jenis-jenis *grid* adalah sebagai berikut.

1. *Single Column Grid*

Single column grid memiliki struktur satu kolom Jenis *grid* ini biasanya digunakan untuk sebuah halaman yang sebagian besar berisi tulisan yang

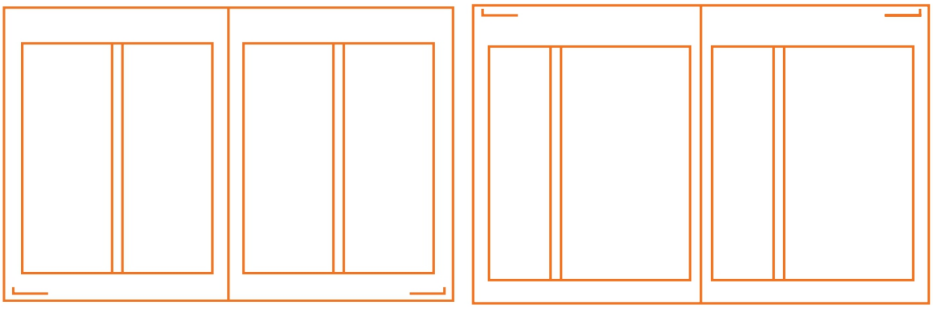
berkelanjutan seperti esai, buku, laporan, dan lain-lain. Kolom pada struktur ini merupakan konten utama di dalam halaman.



Gambar 2.8. *Single Column Grid*
(Tondreau, 2019)

2. *Two Column Grid*

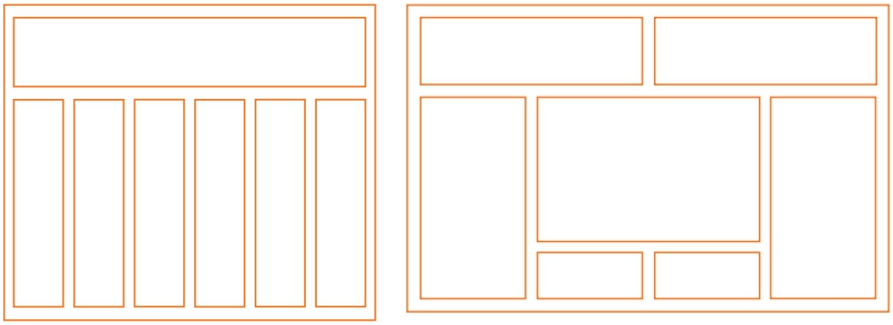
Jenis *grid* ini dapat digunakan untuk konten yang berisi tulisan yang berkelanjutan tetapi dengan 2 kolom yang terpisah. Antar kolom dapat diatur ukuran yang sama atau berbeda, tergantung kebutuhan konten. Jika menggunakan dua kolom dengan ukuran yang berbeda, idealnya adalah kolom yang ukurannya lebih lebar merupakan dua kali dari ukuran kolom yang lebih kecil.



Gambar 2.9. *Two Column Grid*
(Tondreau, 2019)

3. *Multi-Column Grid*

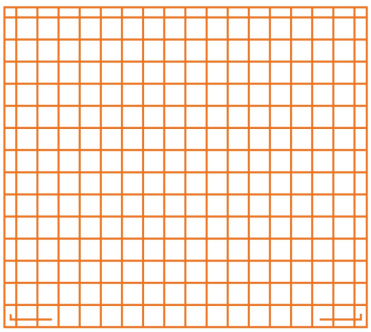
Struktur dari grid ini menggabungkan beberapa kolom dengan lebar yang berbeda-beda. Jenis *grid* ini memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam penempatan dan penyusunannya. *Multi-column grid* lebih sering digunakan pada majalah dan situs web



Gambar 2.10. *Multi-Column Grid*
(Tondreau, 2019)

4. *Modular Grid*

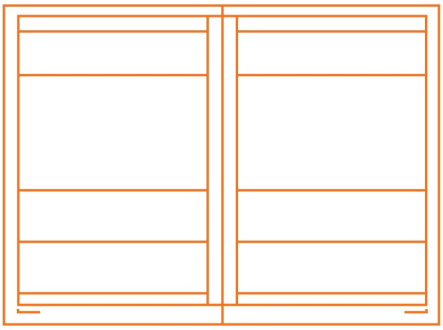
Jenis *grid* ini dengan menggabungkan beberapa kolom vertikal dan horizontal sehingga membentuk beberapa modul yang kecil. *Modular grid* berfungsi untuk mengatur konten yang memiliki banyak elemen seperti teks, gambar, tabel, dan lain-lain. *Grid* ini biasa digunakan pada koran, kalender, bagan, dan lain-lain.



Gambar 2.11. *Modular Grid*
(Tondreau, 2019)

5. *Hierarchical Grid*

Struktur *grid* ini membagi satu halaman menjadi beberapa bagian dengan menggunakan garis horizontal. Bagian tersebut berupa gabungan beberapa baris horizontal dengan ukuran yang berbeda maupun sama tergantung dengan kebutuhan dari informasi dan konten yang ada.



Gambar 2.12. *Hierarchical Grid*
(Tondreau, 2019)

2.2. Fotografi

Menurut Lanford, Fox dan Smith (2010) fotografi adalah sebuah media atau alat untuk merekam momen tertentu. Fotografi bisa dijadikan sebagai bukti terhadap suatu peristiwa, rekam aktivitas dan momen, ekspresi diri maupun mengarahkan sudut pandang. Fotografi dapat dijadikan sebuah catatan kehidupan dalam bentuk visual. Salah satu keunggulan fotografi dapat mengubah sebuah gambar menjadi persepsi yang ditimbulkan oleh orang yang melihatnya. Dalam hal ini foto didapat dari berbagai sudut dan tidak jarang juga di manipulasi agar dapat menggiring opini atau persepsi pembaca. (hlm. 1-3)

2.3. Kampanye

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, kampanye adalah suatu tindakan atau gerakan yang dilakukan untuk melawan, mengadakan aksi dan sebagainya. Menurut Ruslan (2013) kampanye adalah "melakukan kegiatan berkomunikasi yang terencana untuk mencapai tujuan tertentu dan berupaya mempengaruhi khalayak sebagai target sasaran" (hlm. 22).

2.3.1. Jenis Kampanye

Menurut Charles U. Larson (dikutip dalam Venus, 2019, hlm. 16-18) kampanye dibagikan menjadi 3 kategori yaitu,

1. *Product-oriented Campaigns*

Kampanye jenis ini biasanya digunakan oleh pelaku bisnis dengan mengkampanyekan atau mempromosikan produk/jasanya kepada target. Tujuan utama dari kampanye ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk/jasa dan memperoleh keuntungan finansial. Kampanye ini juga memiliki tujuan lain yaitu sebagai cara untuk membangun citra perusahaan di mata khalayak. Dalam hal ini, perusahaan terkadang juga melakukan kampanye yang berkaitan dengan sosial untuk membangun reputasi perusahaan.

2. *Candidate-Oriented Campaigns*

Kampanye jenis ini digunakan oleh tokoh politik. Kampanye ini juga sering menggunakan istilah *political campaign.* Tujuan dari kampanye ini adalah untuk mendapatkan dukungan dari masyarakat terhadap calon

tokoh politik saat sedang masa kampanye. Kampanye ini bukan hanya berbicara soal seorang individu sebagai calon tokoh politik yang akan mendapatkan jabatan, tetapi juga kampanye ditujukan kepada partai politik yang menaunginya.

3. *Ideologically-oriented Campaigns*

Kampanye jenis ini adalah kampanye yang bersifat umum dan digunakan sebagai cara untuk melakukan perubahan sosial pada masyarakat. Istilah lain yang biasa digunakan adalah *social change campaign*. Kampanye ini bertujuan untuk merubah persepsi dan perilaku masyarakat terhadap suatu masalah tertentu yang sedang terjadi. Kampanye di luar kategori kampanye politik dan kampanye produk biasanya termaksud dalam kampanye sosial ini. Bidang kampanye ini bisa terdiri dari berbagai macam sektor seperti kampanye kesehatan, lingkungan, lalu lintas, ekonomi dan lain lain. Pada perancangan ini, jenis kampanye yang digunakan adalah *Ideologically-oriented Campaigns* atau kampanye sosial yang berada pada sektor binatang.

2.3.2. Komunikasi dalam Kampanye

Dalam kampanye komunikasi menjadi penting sebagai alat untuk menyampaikan pesan kepada target. Komunikasi dapat efektif bila target dapat mengubah sikap, mengubah opini dan mengubah perilaku (Ruslan, 2013, hlm. 37).

2.4. Hewan Peliharaan

Menurut Undang Undang Dasar Negara Republik Indonesia No.18 Tahun 2009 pada pasal 1 dikatakan bahwa Hewan peliharaan adalah hewan yang kehidupannya untuk sebagian atau seluruhnya bergantung pada manusia untuk maksud tertentu. Sama seperti manusia, hewan juga memiliki hak asasi tersendiri agar memiliki kesejahteraan dan kualitas hidup yang baik. Kesejahteraan hewan meliputi kondisi fisik, psikologi dan lingkungan yang sesuai untuk hewan tersebut. Di Indonesia sendiri, ada undang undang yang mengatur tentang kesejahteraan hewan yaitu terdapat pada UU No. 18 Tahun 2009 Pasal 66-67 tentang kesejahteraan hewan.

Menurut Susanto dan Gandha (2015), kesejahteraan hewan atau yang disebut dengan *Animal Welfare* memiliki konsep dari *World Society for Protection of Animals* (WSPA) yang dikenal dengan nama *five freedom.* Konsep *five freedom* ini adalah hak asasi/ kebebasan yang dimiliki hewan, yaitu :

1. *Freedom from hunger and thirst* artinya bebas dari rasa lapar dan haus.
2. *Freedom from discomfort* artinya bebas dari rasa panas dan tidak nyaman.
3. *Freedom from pain, injury and disease* artinya bebas dari luka, penyakit dan sakit.
4. *Freedom from fear and distress* artinya bebas dari rasa takut dan penderitaan.
5. *Freedom to express normal behavior* artinya bebas mengekspresikan perilaku normal dan alami.

2.4.1. Anjing dan Manusia

Anjing sudah tidak jauh dari kehidupan manusia sejak dahulu karena sifatnya yang bisa menjadi teman sekaligus sahabat bagi manusia. Anjing peliharaan artinya adalah seekor atau beberapa ekor anjing yang hidup dan tinggal bersama sama dengan manusia di dalam rumahnya. Dalam buku yang ditulis oleh Meadows dan Flint (2006) mengungkapkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh berbagai lembaga menjelaskan bahwa manusia memiliki ikatan khusus yang terjalin. Ikatan tersebut meliputi psikologis dan kesehatan sehingga tidak jarang juga bahwa anjing menjadi hewan yang dapat membantu manusia yang memiliki masalah pada fisik dan kejiwaan. (hlm. 17) Menurut Meadows dan Flint (2006) terdapat beberapa manfaat atau ikatan yang bisa terjalin antara manusia dan anjing.

1. Persahabatan

Salah satu hal yang paling utama seseorang memiliki anjing karena persahabatan. Anjing bahkan dapat menjadi teman atau bagian dari keluarga seseorang. Tidak jarang juga anjing menjadi wadah untuk teman yang dapat dipercaya. (hlm. 18)

2. Kenyamanan

Kedekatan seseorang dengan anjing dapat menimbulkan rasa kenyamanan. Hal tersebut dapat berasal dari sentuhan fisik atau dengan ekspresi kasih sayang anjing kepada pemiliknya. (hlm. 18)

3. Relaksasi

Ketika seseorang mengalami tekanan darah dan denyut jantung yang tinggi dapat diminimalisir dengan melihat atau berinteraksi dengan hewan

peliharaan mereka. Hewan peliharaan juga dapat menjadi penolong ketika seseorang mengalami tekanan seperti stres, depresi dan lain-lain. (hlm.18)

4. Keamanan Fisik dan Perlindungan

Anjing memiliki naluri sebagai pelindung bagi pemiliknya sehingga sifat ini menjadikan pemiliknya memiliki rasa aman. Selain itu juga di beberapa tempat sering terjadi tindakan kriminal dan memelihara anjing dapat menjadi pilihan yang tepat untuk mencegah hal itu terjadi di dalam rumah kita. Untuk tugas ini biasanya orang akan memelihara anjing dengan ukuran dan jenis yang besar. (hlm. 18-19)

5. Keamanan Emosional

Sebuah penelitian sosiologi mengungkapkan bahwa umumnya orang yang diwawancarai akan merasa lebih tenang dari pada orang yang diwawancarai tanpa didampingi anjing peliharaannya. Hal ini menunjukkan bahwa anjing dapat memberikan keamanan emosional kepada manusia dalam menghadapi rasa takut dan khawatir yang mungkin akan muncul sewaktu-waktu. (hlm. 19)

6. Manfaat Bagi Anak-anak

Ketika kita memelihara anjing, banyak hal yang harus diperhatikan. Ini mengajarkan kita bagaimana untuk bertanggung jawab. Begitu pula dengan anak-anak ketika mereka dekat dengan anjing peliharaan, mereka akan melihat bagaimana bertanggung jawab untuk merawat sesuatu. Selain itu juga anak-anak dapat belajar dari anjing bagaimana proses hidup. Ketika anjing menjalani masa hidup yang lebih singkat dari manusia dan

anjing mengalami proses pertumbuhan, dewasa, usia tua dan akhirnya mati. Hal ini mengajarkan bahwa anak-anak memiliki proses hidup sendiri sehingga mereka akan lebih siap ketika menjalani proses hidup mereka. Selain itu juga kehadiran anjing peliharaan akan membantu anak-anak ketika mereka mengalami masa sulit. Anjing dapat mendukung sisi emosional sang anak. (hlm. 20)

2.4.2. Penelantaran

Kata Penelantaran berasal dari kata telantar. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, pengertian terlantar adalah tidak berkecukupan, tidak dipelihara, tidak terawat dan lain sebagainya. Dengan kata lain Penelantaran bisa diartikan dengan sesuatu yang tidak terawat dan tidak dipelihara dan dilakukan dengan kesengajaan.

Menurut RSPCA (dikutip dari kumparan news, 2017) sebagai salah satu lembaga pemerhati binatang di Australia mengatakan bahwa penelantaran dapat terjadi biasanya karena pemilik binatang tersebut kurang memiliki kesadaran terhadap kondisi binatang peliharaannya. Beberapa faktor dapat menjadi penyebab misalnya seperti kondisi keuangan yang tidak cukup, kondisi kejiwaan pemilik atau yang lainnya. Seekor binatang dapat dikatakan terlantar jika memiliki kondisi sebagai berikut.

1. Memiliki tempat perlindungan yang tidak layak
2. Tidak memberi makanan dan minuman yang baik dan cukup
3. Tidak memberi keamanan kepada anjingnya