

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Identifikasi Masalah .....	5
I.3. Rumusan Masalah .....	6
I.4. Batasan Masalah .....	6
I.5. Tujuan dan Manfaat Perancangan .....	6
I.6. Manfaat Perancangan .....	6
I.6.1. Manfaat Akademis .....	6
I.6.2. Manfaat Praktis .....	6
BAB II. <i>BRAND</i> LBH ELANG MAUT INDONESIA SEBAGAI LEMBAGA BANTUAN HUKUM .....	7
II.1 Landasan Teori .....	7
II.1.1 Hukum .....	7
II.1.1.1. Jenis Hukum .....	7
II.1.1.2. Fungsi Hukum .....	7
II.1.2. Bantuan Hukum .....	8
II.1.2.1. Jenis Bantuan Hukum .....	8
II.1.2.2. Mekanisme Pemberian Bantuan Hukum .....	8
II.1.2.3. Lembaga Bantuan Hukum .....	8

II.1.3. <i>Brand</i> .....	9
II.1.3.1. <i>Branding</i> .....	9
II.1.3.2. Strategi <i>Branding</i> .....	9
II.1.3.3. Unsur-Unsur <i>Branding</i> .....	10
II.1.3.4. <i>Rebranding</i> .....	10
II.1.3.5. Faktor <i>Rebranding</i> .....	11
II.1.3.6. Identitas Visual Dalam <i>Branding</i> .....	11
II.1.4. Identitas .....	11
II.1.4.1. Jenis Identitas .....	12
II.1.4.2. Aspek Identitas .....	12
II.1.4.3. Fungsi Identitas .....	13
II.2. Objek Penelitian .....	13
II.2.1. LBH Elang Maut Indonesia .....	13
II.2.2. Visi dan Misi LBH Elang Maut Indonesia .....	13
II.2.3. Mekanisme Pemberian Bantuan Hukum LBH Elang Maut Indonesia .....	14
II.2.4. Jenis Kasus Hukum Yang Sering Ditangani LBH Elang Maut Indonesia .....	14
II.2.5. Contoh Kasus Hukum Yang Telah Ditangani LBH Elang Maut Indonesia .....	15
II.2.6. Upaya LBH Elang Maut Indonesia Dalam Menciptakan Sebuah Ruang Diskusi Tentang Dunia Hukum .....	16
II.2.7. Profil Pengacara LBH Elang Maut Indonesia .....	18
II.2.8. Persepsi Masyarakat Umum .....	19
II.2.9. Jaringan Pengelola LBH Elang Maut Indonesia .....	21
II.2.10. Sosial Media LBH Elang Maut Indonesia .....	22
II.2.11. Alamat LBH Elang Maut Indonesia .....	22
II.2.12. Logo LBH Elang Maut Indonesia .....	23
II.2.13. Filosofi Pada Logo LBH Elang Maut Indonesia .....	23
II.2.14. Pengaplikasian Logo LBH Elang Maut Indonesia .....	24
II.2.15. LBH Lain Sebagai Kompetitor .....	25
II.3. Analisis Permasalahan .....	28

II.3.1. Kuisisioner .....	28
II.3.1.1. Kuisisioner <i>Online</i> .....	28
II.3.1.2. Kuisisioner <i>Offline</i> .....	34
II.3.1.3 Kesimpulan Kuisisioner <i>Online</i> dan <i>Offline</i> .....	34
II.3.2. Wawancara .....	35
II.3.2.1. Wawancara Terhadap Pendiri LBH Elang Maut Indonesia .....	35
II.3.2.2. Wawancara Terhadap Ahli .....	35
II.3.3. Analisis SWOT .....	36
II.3.3.1. Analisis SWOT LBH Elang Maut Indonesia .....	36
II.4. Resume .....	38
II.5 Solusi Perancangan .....	39
BAB III. STRATEGI PERANCANGAN & KONSEP DESAIN .....	40
III.1. Khalayak Sasaran .....	40
III.1.1. Demografis .....	40
III.1.2. Geografis .....	41
III.1.3. Psikografis .....	41
III.1.4. <i>Consumer Insight</i> .....	41
III.2. Strategi Perancangan .....	42
III.2.1. Tujuan Komunikasi .....	42
III.2.1.1. <i>Statement Positioning</i> .....	42
III.2.1.2. Logo Sebagai Identitas Visual Utama .....	43
III.2.1.3. Pengertian Identitas dan Logo .....	43
III.2.1.4. Jenis Logo .....	43
III.2.1.5. Fungsi Logo .....	46
III.2.1.6. Aspek Pembuatan Logo .....	46
III.2.1.7. Proses Pembuatan Logo .....	46
III.2.1.8. Ciri Logo Yang Baik .....	47
III.2.1.9. <i>Briefing Question</i> .....	48
III.2.1.10. <i>What to Say</i> .....	50
III.2.2. Pendekatan Komunikasi .....	50
III.2.2.1. Pendekatan Visual .....	51

III.2.2.2. Pendekatan Verbal .....	51
III.2.3. <i>Mandatory</i> .....	51
III.2.4. Materi Pesan .....	52
III.2.4.1. Sifat Pesan .....	52
III.2.5. Gaya Bahasa .....	52
III.2.6. Strategi Kreatif .....	52
III.2.6.1. <i>Copywriting</i> .....	53
III.2.6.2. <i>Keyword</i> dan <i>Keyvisual</i> .....	53
III.2.7. Strategi Media .....	54
III.2.8. Strategi Distribusi dan Waktu Penyebaran Media .....	55
III.3. Konsep Visual .....	56
III.3.1. Struktur Logo dan <i>Grid System</i> .....	60
III.3.2. Filosofi Logo .....	61
III.3.3. Format Desain .....	62
III.3.4. Varian Logo dan Ukuran .....	63
III.3.3. Tata Letak .....	64
III.3.3.1. Area Kosong .....	65
III.3.4. Tipografi .....	65
III.3.5. Warna .....	66
III.3.5.1. Varian Warna Pada Logo .....	66
III.3.6. Supergrafik .....	67
III.3.7. Penggunaan Yang Dilarang .....	68
BAB IV. MEDIA & TEKNIS PRODUKSI .....	69
IV.1. Media Utama .....	69
IV.2. Media Pendukung .....	69
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	78
V.1. Kesimpulan .....	78
V.2. Saran .....	78

DAFTAR PUSTAKA .....	79
Sumber Jurnal .....	79
Sumber Artikel .....	83
LAMPIRAN .....	88