

BAB II. BRAND LBH ELANG MAUT INDONESIA SEBAGAI LEMBAGA BANTUAN HUKUM

II.1. Landasan Teori

II.1.1. Hukum

Hukum menurut Apeldoorn adalah suatu fenomena akan keterikatan antar manusia dengan peraturan, apabila seandainya semua manusia tidak ada yang mengenal hukum, maka hukum akan menjadi tergabung kedalam suatu kepercayaan, kebiasaan, dan norma sosial yang ada (Tim Hukumonline 2024). Dalam wawancara, pendiri LBH Elang Maut Indonesia menjelaskan hukum adalah aturan yang dibuat oleh pemerintah, penguasa dan rakyat yang diwakili oleh DPR bertujuan untuk menjaga ketertiban, dan apabila di langgar dapat dikenakan sanksi (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).

II.1.1.1. Jenis Hukum

Dalam Jurnal Supremasi Vol XI No. 2, T. Ngutra menerangkan penggolongan hukum menurut sumbernya antara lain adalah undang-undang, kebiasaan, traktat, dan yurisprudensi (Tim Hukumonline 2023).

- Hukum undang-undang, yaitu hukum yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan.
- Hukum kebiasaan (adat), yaitu hukum yang berada di dalam peraturan kebiasaan adat.
- Hukum traktat, yaitu hukum yang ditetapkan oleh negara di dalam suatu kesepakatan antar negara.
- Hukum yurisprudensi, yaitu keputusan hukum yang dasari dari putusan hakim sebelumnya.

II.1.1.2. Fungsi Hukum

Menurut Lawrence Friedman, yang merupakan seorang profesor hukum Amerika, fungsi hukum dibagi menjadi 4 (Tim Hukumonline 2023), yaitu:

- Sistem kontrol: hukum yang memerintahkan apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan dengan cara pemaksaan.

- Penyelesaian sengketa: hukum adalah agen pemberi solusi dan penyelesaian masalah atau sengketa.
- Rekayasa sosial: hukum dibutuhkan untuk mengadakan perubahan sosial yang di inginkan pemerintah.
- Pemelihara sosial: hukum berfungsi sebagai pengawas para pemerintah itu sendiri.

II.1.2. Bantuan Hukum

Terdapat pasal 1 angka 3 UU 16/2011 menerangkan bahwa lembaga bantuan hukum adalah organisasi kemasyarakatan yang memberi pertolongan bantuan hukum yang didasari dari undang-undang (Tim Hukumonline 2022).

II.1.2.1. Jenis Bantuan Hukum

Berdasarkan perundang-undangan yang ada, terdapat 3 jenis bantuan hukum yang tersedia (Wahyuni 2022) yaitu:

- Bantuan hukum secara pro bono.
- Bantuan hukum dari lembaga bantuan hukum.
- Layanan pembebasan biaya perkara.

II.1.2.2. Mekanisme Pemberian Bantuan Hukum

Masyarakat dapat langsung datang ke kantor LBH terkait yang telah terakreditasi dengan persyaratan sebagai berikut (Kemenkumham 2024):

- Mengajukan permohonan secara lisan yang berisi sekurang-kurangnya identitas pemohon dan uraian singkat mengenai pokok persoalan yang dimohonkan.
- Menyerahkan dokumen yang berkaitan dengan perkara.
- Melampirkan surat keterangan miskin dari pejabat setingkat di tempat tinggal pemohon bantuan hukum.

II.1.2.3. Lembaga Bantuan Hukum

Berdasarkan pasal 1 angka 3 UU 16/2011 mendefinisikan pemberi bantuan hukum adalah lembaga bantuan hukum atau organisasi kemasyarakatan yang memberi layanan bantuan hukum berdasarkan undang-undang (Tim Hukumonline 2023).

II.1.3. Brand

Menurut David Aaker, *brand* atau merek adalah sebuah nama atau simbol yang menjadi suatu pembeda antara *brand* lainnya, sebagai identifikasi dari produk atau jasa pada suatu perusahaan, sehingga masyarakat dapat membedakan produk dan jasa yang dihasilkan dari perusahaan lain. Brand juga dapat membantu suatu perusahaan untuk menjaga keaslian dari produk-produk yang dimiliki perusahaan dengan produk-produk yang dimiliki kompetitor (Silaban & Angellista 2021).

II.1.3.1. Branding

Menurut Anholt, *branding* merupakan salah satu usaha untuk menciptakan suatu merek atau *brand*, selayaknya merancang logo. Dengan tujuan membangun dan mengelola reputasi suatu *brand* (Utami & Azis 2021). Sedangkan menurut Landa, *branding* adalah bukan hanya terkait dengan *brand* saja, melainkan terkait pada semua aspek yang berhubungan dengan hal-hal yang terlihat oleh konsumen, seperti nama produk, ciri khas produk, kesan dari produk, citra *brand*, kredibilitas *brand*, karakteristik *brand*, persepsi dari konsumen, dan logo (Pangestika 2022).

II.1.3.2. Strategi Branding

Menurut Gelder, yang termasuk ke dalam strategi *branding* yaitu, *brand positioning*, *brand identity*, dan *brand personality*. Dan Menurut Schulz dan Barnes, *brand communication* juga adalah termasuk ke dalam strategi *branding* (Rahmadhani 2017). Berikut adalah penjelasan detail pada semua strategi *branding*:

- *Brand Positioning* adalah strategi untuk menonjolkan kelebihan sebuah *brand* dengan kompetitor *brand*. Dan menurut Kartajaya, *positioning* dijelaskan sebagai *the strategy to lead your costumer credibly*, yang artinya “suatu upaya untuk mengarahkan konsumen secara akurat” (Rahmadhani 2017).
- *Brand Identity* adalah suatu *brand value* yang mampu menampilkan karakteristik, komitmen dan nilai-nilai produ dari perusahaan. Seperti melalui aspek warna dan simbol, sehingga dapat melekat pada benak masyarakat. Lalu menurut Dewi, *brand identity* memiliki beberapa elemen penting di dalamnya, yaitu meliputi nama, logo, warna, jingle, desain, kemasan, slogan, *tagline*,

karakter, situs *web*. Serta seluruh aktivitas yang meliputi jasa dan program pendukung (Rahmadhani, 2017).

- *Brand Personality* adalah strategi *branding* yang digunakan dengan cara menampilkan karakteristik dari sebuah *brand*, dapat melalui komunikasi atau melalui pemberian pengalaman khusus pada konsumen (Rahmadhani, 2017).
- *Brand Communication* adalah kemampuan komunikasi dari suatu *brand*, dengan cara menunjukkan hal positif pada konsumen, dengan tujuan mendapatkan kepercayaan terhadap *brand*. Lalu menurut Schultz dan Barnes, cara *brand communication* adalah cara komunikasi internal dan komunikasi eksternal, melalui *public relations, events, sales promotions, direct marketing, corporate sponsorship*, dan *advertising* (Rahmadhani 2017).

II.1.3.3. Unsur-Unsur *Branding*

Dikutip pada jurnal.id, terdapat 6 unsur didalam unsur-unsur *branding* (Pangestika 2022), yaitu:

- Nama adalah landasan utama dalam menciptakan suatu *branding*, tanpa sebuah nama, maka produk tidak akan memiliki identitas sehingga dapat mempersulit konsumen untuk mengenalnya.
- Logo atau *image* yang memiliki faktor keunikan adalah aspek yang wajib diperhatikan.
- Tampilan visual yang baik pada desain produk, kemasan, seragam dll, wajib menampilkan citra khusus dari suatu *brand*.
- Juru bicara pada *branding* bisa dilakukan oleh *co-founder* atau maskot, dengan dengan tujuan meningkatkan pemasaran produk.
- Kehadiran lagu yang diciptakan untuk suatu *brand*, dapat memudahkan konsumen untuk mengingat suatu *brand*.
- Slogan yang bagus, dapat meninggalkan kesan mendalam pada konsumen.

II.1.3.4. *Rebranding*

Rebranding adalah suatu usaha dimana *brand* pada suatu produk atau jasa yang sudah ada, dirancang ulang kembali (Dewi 2022). *Rebranding* dibagi menjadi dua macam, yaitu:

- *Rebranding* Total:
Melakukan perubahan total pada suatu *brand* yang ada, sehingga dapat menciptakan suatu *brand* baru dengan tujuan tertentu.
- *Rebranding* Modifikasi:
Melakukan perubahan serta penambahan, namun tanpa mengganti citra suatu merek yang ada, hal ini umumnya dilakukan karena ingin menjaga relevansi dan gaya perkembangan desain.

II.1.3.5. Faktor *Rebranding*

Menurut Lowmax dan Mador, terdapat dua faktor akan penyebab terjadinya *rebranding*, yaitu pada faktor internal dan eksternal (Dewi 2022):

- Faktor Internal: Terjadi perubahan tujuan, visi-misi, strategi, perilaku, budaya, cara komunikasi, dan seragam dari suatu perusahaan. Serta terjadinya konflik internal pada suatu perusahaan.
- Faktor Eksternal: Terjadi perubahan stuktur, seperti merger atau akuisisi pada perusahaan. Serta terjadi kekhawatiran perusahaan akan pihak luar. terkait kegiatan yang perusahaan lakukan. Atau terjadi tekanan dari konsumen yang mempengaruhi perkembangan perusahaan.

II.1.3.6. Identitas Visual Dalam *Branding*

Menurut Adihulung, di dalam *branding*, identitas visual adalah semua hal yang bersangkutan dengan visual sebagai identitas sebuah *brand*, seperti logo, warna seragam dan lain sebagainya. Sedangkan identitas *brand* adalah sebuah pesan dan makna yang dikomunikasikan kepada konsumen, dengan tujuan agar identitas *brand* dapat mudah dikenali (Nugraha 2021). Maka dengan membuat identitas visual baru seperti merancang ulang logo, adalah strategi *rebranding* yang akan digunakan pada perancangan ini.

II.1.4. Identitas

Identitas adalah suatu aspek yang mampu menunjukkan jadi diri kita sebenarnya, yang berasal dari kelompok, suku, dan lingkungan sosial (Setya & Rahardjo 2020). Lalu menurut Gardiner Harry dan Kosmitzki Corinne, menerangkan identitas

sebagai definisi diri seseorang dengan personaliti yang berbeda dalam bersikap dan berkeyakinan (Nurhaini 2017).

II.1.4.1. Jenis Identitas

Mengutip buku Pendidikan Kewarganegaraan: *Civic Education* karya Baso Madiung dkk, menjelaskan jenis identitas terbagi menjadi 2 bagian pengelompokan (Kumparan 2023) yang terdiri sebagai berikut:

1. Identitas Individu:

- Identitas pribadi adalah identitas berupa berbagai informasi yang melekat pada diri seperti halnya tanggal lahir, nama, nik atau hal-hal pribadi lainnya.
- Identitas gender adalah identitas yang lebih kearah jenis kelamin.
- Identitas seksual adalah identitas yang berorientasi pada seksual.
- Identitas kebiasaan menjelaskan mengenai setiap orang memiliki kebiasaan yang berbeda-beda.
- Identitas makanan favorit menjelaskan setiap orang memiliki makanan favorit.

2. Identitas Kelompok:

- Identitas nasional, seperti halnya orang tersebut berasal dari Indonesia karena ciri khas tertentu.
- Identitas agama merupakan ciri dari agama yang dipeluk oleh suatu kelompok.
- Identitas suku merupakan identitas yang tergantung ciri khas suku daerah tertentu.
- Identitas suatu kelompok, merupakan identitas suatu kelompok semisal pengikut jenis musik tertentu.

II.1.4.2. Aspek Identitas

Aspek sebuah identitas didasari atas 22 elemen, yaitu: jenis kelamin, seks, ras, etnis, kelas sosial, kemampuan dan disabilitas, profesi, status hubungan, orientasi seksual, agama, keluarga, nilai dan keyakinan, kewarganegaraan dan kebangsaan, hobi, keterampilan, keturunan, penampilan fisik, urutan kelahiran, bahasa yang diucapkan, status kasta, pandangan politik, dan kepribadian (Drew 2023).

II.1.4.3. Fungsi Identitas

Fungsi identitas sosial seseorang, adalah untuk membantu menemukan rasa percaya diri yang lebih tinggi, efisien, efektif. Pada dasarnya setiap orang ingin selalu berlomba memiliki identitas yang positif, dalam rangka mendapatkan pengakuan, sehingga akan mendapatkan suatu persamaan sosial (Riadi 2022).

II.2. Objek Penelitian

II.2.1. LBH Elang Maut Indonesia

Pendiri LBH Elang Maut Indonesia, dalam wawancara menjelaskan LBH Elang Maut Indonesia adalah lembaga bantuan hukum yang didirikan di tahun 2020, bertujuan untuk memberi bantuan hukum bagi orang tidak mampu, serta mengedukasi masyarakat secara gratis tentang dunia hukum, baik melalui *online* maupun *offline*. (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).

II.2.2. Visi dan Misi LBH Elang Maut Indonesia

Dilansir pada *elangmautonline.com*, berikut adalah visi dan misi LBH Elang Maut Indonesia secara lengkap:

- Visi: 1. Terciptanya kesetaraan, keadilan dan kepastian hukum bagi masyarakat pencari keadilan, khususnya masyarakat tidak mampu, buruh, petani, nelayan yang buta hukum sehingga terhindar dari kesewenangan.
2. Menumbuh kembangkan kesadaran penegak hukum atas pentingnya pengetahuan dan logika hukum serta iman dalam melakukan tugas yang menyangkut nasib dan masa depan subyek hukum.
- Misi: 1. Memberikan bantuan hukum, konsultasi, dan penyuluhan hukum kepada masyarakat luas.
2. Menjadi wadah pembelajaran, pemberdayaan hukum bagi masyarakat
3. Melakukan koreksi kritis atas kinerja penegak hukum demi tercapainya keadilan dan kesamaan dimata hukum.
4. Memberikan pelatihan paralegal sebagai pemberi bantuan hukum kepada masyarakat tidak mampu, khususnya masyarakat desa

II.2.3. Mekanisme Pemberian Bantuan Hukum LBH Elang Maut Indonesia

Dalam wawancara, pendiri LBH menyatakan pada umumnya menangani kasus hukum yang di terima dari aduan masyarakat yang mengalami tindakan kesewenang-wenangan, aduan masyarakat biasanya di terima melalui media sosial, lalu di teruskan dengan pertemuan langsung antara pihak LBH dengan pihak korban untuk mendiskusikan lebih dalam masalah hukum si korban di kantor LBH, namun tak jarang juga jika ada korban yang langsung mendatangi kantor untuk meminta bantuan hukum secara langsung (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).



Gambar II.1 LBH Sedang Melakukan Konsultasi Hukum 1.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)



Gambar II.2 LBH Sedang Melakukan Konsultasi Hukum 2.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)

II.2.4. Jenis Kasus Hukum Yang Sering Ditangani LBH Elang Maut Indonesia

Dalam wawancara, pendiri LBH menyatakan kasus hukum yang sering ditangani oleh LBH Elang Maut Indonesia adalah kasus terjadinya kesewenang - wenangan yang dilakukan oleh oknum dari suatu kelompok tertentu, oknum dari beberapa lnsi resmi negara dan oknum dari beberapa perusahaan besar yang melakukan perbuatan melanggar hukum pada si korban. Tak jarang juga LBH Elang Maut Indonesia menangani kasus yang lebih umum di masyarakat, diantara lain yaitu kasus kekerasan dan kasus pelecehan (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).

II.2.5. Contoh Kasus Hukum Yang Telah Ditangani LBH Elang Maut Indonesia

Dilansir pada *elangmautonline.com* dan wawancara langsung dengan pendiri LBH, dari banyaknya kasus-kasus yang telah LBH tangani, terdapat 1 kasus hukum yang berakhir dengan putusan sidang yang amat janggal, kejadian ini membuktikan bahwa Indonesia masih menjadi negara yang tidak memiliki kepastian hukum. Yaitu kasus hukum tentang seorang wanita berumur 21 tahun, yang ditangkap kepolisian karena menerima kiriman paket narkoba berjenis ganja sintetis dari cina. Alasan wanita tersebut mau menerima kiriman paket itu adalah karena suruhan sang pacar, sang wanita tidak mengetahui barang apa yang akan diterima dan tidak pernah membuka isi paket tersebut.

Puncaknya berada pada tanggal 29 Juni 2021, dengan bukti yang sedikit, Pengadilan Negeri Tangerang menjatuhkan vonis kepada sang wanita dengan hukuman 5 tahun penjara dan denda 1 milyar rupiah atas tuduhan kepemilikan barang narkoba tersebut kepada sang wanita. Sedangkan sang pacar yang secara terbukti adalah pemilik asli dari paket kiriman narkoba tersebut, tidak mendapatkan hukuman apapun, bahkan hingga saat ini sang pacar tidak pernah melakukan sidang apapun, seakan tidak pernah terjadi apa-apa (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 10 Juli 2024).



Gambar II.3 Gedung Pengadilan Negeri Tangerang.

Sumber: <https://newstempo.github.io/down/post/pengadilan-negeri-tangerang/>

(Diakses pada 11/07/2024)

II.2.6. Upaya LBH Elang Maut Indonesia Dalam Menciptakan Sebuah Ruang Diskusi Tentang Dunia Hukum

Dalam wawancara, pendiri LBH juga menyatakan terkait upaya lain LBH untuk mencerdaskan masyarakat tentang dunia hukum, yaitu dengan mendirikan sebuah forum diskusi yang diberi nama *Club* Hukum Elang Maut Indonesia. Forum ini memiliki jumlah anggota sekitar lebih dari 6000 orang, berasal dari seluruh kota di Indonesia maupun luar negeri dan masih terus berkembang setiap harinya. Anggota *Club* hukum ini memiliki latar belakang dan kelas sosial yang berbeda-beda dengan bermacam profesi. Dimulai dari *driver* ojek *online*, pelajar SMA, mahasiswa, polisi, TNI, pengusaha, dosen, rektor, hingga anggota DPR. Dengan tidak membatasi ragam jenis latar belakang anggota, LBH Elang Maut Indonesia ingin terus menyuarakan bahwa siapapun berhak mendapatkan keadilan yang setara dimata hukum (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).



Gambar II.4 *Club* Hukum LBH Elang Maut Indonesia 1.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)



Gambar II.5 *Club* Hukum LBH Elang Maut Indonesia 2.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)



Gambar II.6 *Club* Hukum LBH Elang Maut Indonesia 3.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)



Gambar II.7 Club Hukum LBH Elang Maut Indonesia 4.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)



Gambar II.8 Pendiri LBH Sedang Melakukan Sesi Tanya Jawab Secara *Online*.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)

II.2.7. Profil Pengacara LBH Elang Maut Indonesia

Dalam wawancara, pendiri LBH menyatakan ada 3 prinsip utama yang harus di anut oleh setiap pengacara ketika bekerja dibawah LBH Elang Maut Indonesia dan apabila salah satunya saja dilanggar, besar kemungkinan pengacara tersebut akan langsung diganti (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 10 Juli 2024), yaitu:

1. Jujur:

Para pengacara harus jujur kepada klien dan kepada pendiri LBH, mengenai fakta dari situasi kasus hukum klien yang sedang berjalan, agar LBH tidak memiliki

kekeliruan dalam menganalisa kasusnya, sehingga LBH dapat menyusun strategi yang tepat untuk para pengacara membela klien didalam persidangan nanti.

2. Setia:

Para pengacara harus setia kepada klien, faktanya sering terjadi pengkhianatan antar pengacara kepada kliennya sendiri. Hal yang sering terjadi adalah ketika kubu lawan mencoba menyuap para pengacara klien untuk mundur dari kasus si klien yang sedang berjalan dan meninggalkan klien, atau agar para pengacara klien mau membocorkan strateginya kepada kubu lawan.

3. Berani:

Para pengacara harus memiliki mental kuat dan keberanian tinggi ketika melakukan perdebatan hukum dengan pengacara di kubu lawan maupun dengan jaksa di ruang sidang kelak, dan memperjuangkan hak-hak klien sebagaimana yang tertulis di undang-undang.

Dalam wawancara, pendiri LBH menyatakan para pengacara bisa bekerja dibawah LBH, dimulai dari bergabung ke organisasi *Club* Hukum Elang Maut Indonesia terlebih dahulu, agar mengenal lebih dalam terkait karakter LBH Elang Maut. Lalu nantinya pengacara boleh mengajukan diri kepada pendiri LBH untuk bekerja di bawah naungan LBH, dan pendiri LBH akan melakukan beberapa tes dan menyeleksi para pengacara secara ketat. LBH tidak memiliki jumlah pasti akan pengacara tetap mereka, namun para pengacara yang di tugaskan oleh LBH untuk menangani kasus hukum klien, pastinya selalu dipilih pengacara yang terbaik dan sudah lulus seleksi (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 10 Juli 2024).

II.2.8. Persepsi Masyarakat Umum

Persepsi masyarakat umum terhadap LBH Elang Maut Indonesia di dapat melalui kuisisioner terbuka pada *website* Zoho.com yang berjudul "Survey Kuisisioner Penelitian Identitas LBH Elang Maut Indonesia". Dengan menanyakan kesan terhadap LBH Elang Maut Indonesia, mayoritas responden berada pada kalangan usia dewasa awal dan usia dewasa akhir, para responden merupakan pengikut sosial media LBH, pengacara yang pernah bekerja dibawah LBH, dan beberapa klien-klien LBH. Berikut adalah data hasil kuisisioner:

Daftar Tabel II.1 Tabel Kuisisioner Persepsi Masyarakat

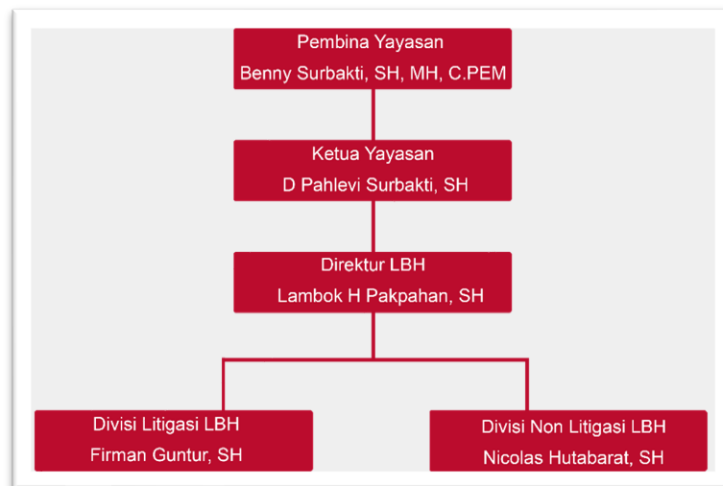
Sumber: Dokumen Pribadi

Nama	Tempat Tinggal	Kesan
Bio	Kalimantan Timur	"Sangat membantu masyarakat, membuat tidak sungkan bertanya sehingga mengerti hukum dan taat hukum."
Jun	Cianjur	"Citra LBH sangat baik, kegiatan sosial bantuan hukum gratis harus diumumkan ke publik."
Patra	Batam	"Penyampaian setiap ilmu hukum sangat baik dan dapat dimengerti."
Sunaryo	Kalimantan Timur	"Rasa lebih percaya diri menghadapi hukum, merasa punya pengacara, banyak tau hal/masalah hukum"
Yayan	Banten	"Tetap semangat menjadi pelopor cerdas hukum bagi masyarakat yang buta hukum."
Ruslan	Bekasi	"Sudah sangat memberikan edukasi dan pemahaman hukum terhadap masyarakat secara masif,"
Ferry	Batam	"Pimpinan LBH Elang Maut memiliki analisa hukum yang sangat tajam."
Bambang	Temanggung	"Mencetak masyarakat cerdas hukum yang berguna bagi diri sendiri maupun orang lain."
Kristianto	Bekasi	"Sebagai sarana pengetahuan hukum dimana dapat belajar hukum dan sharing hukum untuk menambah wawasan."
Iwan	Palembang	"Keberadaan Elang Maut membuat diri saya lebih percaya diri."
Budi	Cianjur	"Bisa mengenal tentang hukum dan mudah dipahami tidak ribet atau berbelit dalam penyampaian materi."
Nizar	Sumatra Selatan	"LBH EM ini setia, jujur dan berani. karena saya dulu sudah puluhan pake jasa pengacara lain yang notabene main 2 kaki."
Lukman	Pekalongan	"Berdampak baik terhadap masyarakat Indonesia, khususnya untuk orang awam yang tidak tahu kemana untuk konsultasi masalah hukum."

Tarno	Lampung	"Memberikan edukasi hukum menggunakan bahasa sederhana, masyarakat kecil mudah memahami."
Wati	Jakarta Selatan	"Membantu orang yang tertindas ketidakadilan hukum di negara kita ini."
Cecep	Karawang	"Berguna buat masyarakat awam yang selalu di bodohi oknum."
Hamdan	Solo	"Kesan di polres surabaya waktu itu. mengurus permasalahan banyak yang memberikan acungan jempol, LBH banyak berikan bantuan masalah."
Pile	Morowali	"LBH Elang Maut di segani oleh oknum yang suka membalikkan fakta hukum."
Gambarkhan	Banten	"Sangat membantu dalam melakukan edukasi hukum tentang teori."
Eris	Garut	"Bisa konsultasi, juga menambah wawasan dalam aspek hukum."
Cale	Tahuna	"Cukup membantu bagi masyarakat belum paham hukum, penyampaian dengan cara sederhana."
Supriyanda	Bogor	"Sangat membantu masyarakat, khususnya yang awam terhadap hukum, dan terhindar dari kesewenang wenangan."

II.2.9. Jajaran Pengelola LBH Elang Maut Indonesia

Adapun jajaran struktur yang menjalankan LBH Elang Maut Indonesia yaitu direktur LBH, kordinator litigasi, kordinator non litigasi, pengacara dan paralegal. (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).



Gambar II.9 Struktur Pengelola LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen pribadi

II.2.10. Sosial Media LBH Elang Maut Indonesia

- Website : *elangmautonline.com*
- Youtube : Elangmaut Indonesia
- Tiktok : Elangmaut Indonesia
- Instagram : *elangmaut_indonesia*
- Facebook Group : *Club Hukum Elang Maut Indonesia*

II.2.11. Alamat LBH Elang Maut Indonesia

Kantor LBH Elang Maut Indonesia beralamat di Jalan. Puri Dago Raya No 12, Sukamiskin, Kota Bandung, Indonesia.



Gambar II.10 Kantor LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen Pribadi

(Diakses pada 05/12/2023)

II.2.12. Logo LBH Elang Maut Indonesia



Gambar II.11 Logo LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: https://www.youtube.com/channel/UCDIJ3Ij8G_jNP0ejc42esjw

(Diakses pada 02/11/2023)

Mengacu pada pernyataan para ahli yang sudah ditulis oleh perancang, maka bisa identifikasikan bahwa logo LBH Elang Maut Indonesia menggabungkan 2 jenis logo pada logo mereka yaitu:

- Logo Monogram (atau *Lettermark*): Adalah logo yang hanya terdiri dari huruf inisial. Mereka adalah inisialisasi dari perusahaan terkenal dengan nama yang Panjang, dengan penggunaan 3 kata yang perlu diingat untuk bentuk identifikasi (Graphie 2020).
- Logo Maskot: Adalah logo yang melibatkan karakter dan biasanya selalu menyenangkan, logo maskot yang bagus adalah untuk menciptakan juru bicara pada suatu bisnis (Graphie 2020).

Pada logo LBH Elang Maut Indonesia, terlihat penggunaan jenis logo monogram dikarenakan penulisan nama lembaga yang hanya menuliskan inisial “EM” saja dan menggunakan *font arial bold* yang berwarna merah dan putih, terlihat penggunaan jenis logo maskot, dikarenakan penggunaan gambar kepala seekor elang sebagai maskot yang terlihat jelas pada logo.

II.2.13. Filosofi Pada Logo LBH Elang Maut Indonesia

Berikut penjelasan filosofi pada logo LBH Elang Maut Indonesia menurut pendiri LBH:

- Maskot Kepala Elang:
Alasan pendiri LBH memilih kepala seekor elang bermata satu sebagai maskot dari lembaga mereka, karena pendiri meyakini bahwa elang adalah hewan yang memiliki mata yang sangat tajam, seakan mata tajam itu memiliki kemampuan lebih dalam menganalisa masalah hukum secara akurat (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).
- Warna:
Terkait warna, warna merah artinya berani, warna putih itu setia, dan warna hitam artinya jujur (Benny Surbakti, komunikasi pribadi, 28 Oktober 2023).

II.2.14. Pengaplikasian Logo LBH Elang Maut Indonesia

Seragam pengacara dan *merchandise* LBH Elang Maut Indonesia tidak memiliki kekonsistenan dalam memilih banyaknya jenis logo. Berikut adalah contoh pengaplikasian logo LBH:



Gambar II.12 Seragam Pengacara LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen Pribadi
(Diakses pada 09/07/2024)



Gambar II.13 Baju Polo LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen Pribadi
(Diakses pada 09/07/2024)



Gambar II.14 Jaket LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen Pribadi
(Diakses pada 09/07/2024)



Gambar II.15 Baju LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen Pribadi
(Diakses pada 09/07/2024)



Gambar II.16 Stiker LBH Elang Maut Indonesia.

Sumber: Dokumen Pribadi
(Diakses pada 09/07/2024)

II.2.15. LBH Lain Sebagai Kompetitor

Berikut adalah profil beserta logo LBH lain yang berada di kota Bandung sebagai kompetitor dari LBH Elang Maut Indonesia, yaitu:

- **LBH Bandung:**

Dilansir pada *lbhbandung.or.id*, LBH Bandung didirikan pada 16 Februari 1981 oleh Persatuan Advokat Indonesia (Peradin). LBH Bandung merupakan kantor cabang dari Yayasan LBH Indonesia (YLBHI) dengan wilayah kerja mencakup seluruh daerah Provinsi Jawa Barat. Memiliki visi yaitu, terwujudnya suatu sistem masyarakat hukum yang terbina di atas tatanan hubungan sosial yang adil dan beradab secara demokratis. Dan memiliki misi yaitu, menanamkan, menumbuhkan dan menyebarluaskan nilai-nilai negara hukum yang adil, demokratis, serta menjunjung tinggi HAM kepada seluruh lapisan masyarakat Indonesia tanpa terkecuali (LBH Bandung 2023).



Gambar II.17 Logo LBH Bandung.

Sumber: <http://www.lbhbandung.or.id/logo-lbh-bandung/>

(Diakses pada 09/07/2024)

- **LBH SAFA:**

Dilansir pada *arbindonesia.com*, LBH SAFA didirikan pada 30 juli 2018 di Bandung oleh SAFA Foundation. LBH SAFA berkomitmen memberikan pelayanan jasa hukum dan program-program lainnya terhadap masyarakat luas terutama masyarakat yang membutuhkan sesuai dengan amanat undang-undang, hal itu bertujuan agar terwujudnya akses keadilan yang merata bagi setiap kalangan masyarakat di Indonesia (airbindonesia 2022).



Gambar II.18 Logo LBH SAFA.

Sumber: <https://www.instagram.com/p/Ce2WHtkPkeP/>

(Diakses pada 09/07/2024)

- **LBH Gereja Bethel Indonesia Jawa Barat:**

Dilansir pada *lbhgbijabar.org*, LBH GBI Jawa Barat terbentuk pada tahun 2022 dibawah naungan LBH BETHEL INDONESIA (LBH-BI) oleh Yayasan Bethel Indonesia. Memiliki visi yaitu, Mazmur 94:15 “Sebab hukum akan kembali kepada keadilan dan diikuti oleh semua orang yang tulus hati”. Dan memiliki visi yaitu, mewujudkan peran gereja tidak hanya bagi warga jemaat, tetapi bagi setiap masyarakat yang membutuhkan pelayanan konsultasi dan bantuan hukum (lbhgbijabar 2022).



Gambar II.19 Logo LBH Gereja Bethel Indonesia Jawa Barat.

Sumber: <https://www.lbhgbijabar.org/>

(Diakses pada 09/07/2024)

- **LBH Berani Hadapi:**

Dilansir pada *beranihadapi.org*, LBH Berani Hadapi didirikan pada 5 januari 2022, LBH ini bertujuan memberikan bantuan hukum bagi yang lemah, rentan dan marjinal. LBH Berani Hadapi menangani berbagai jenis perkara hukum, terutama kasus-kasus terkait perempuan dan anak. LBH ini memiliki dua lokasi yaitu, Surabaya dan Bandung (Beranihadapi 2023).



Gambar II.20 Logo LBH Berani Hadapi.

Sumber: <https://www.instagram.com/lbhberanihadapi/>

(Diakses pada 09/07/2024)

- LKBH UNIKOM:

Dilansir pada *unikom.ac.id*, LKBH UNIKOM didirikan pada Februari 2017 oleh Fakultas Hukum Unikom. LKBH UNIKOM memberikan pelayanan berupa bantuan hukum kepada masyarakat tidak mampu, yang mana memposisikan peran LBH dalam sebuah perguruan tinggi sebagai bagian dari perwujudan Tri Dharma Perguruan Tinggi (Media UNIKOM 2020).



Gambar II.21 Logo LKBH UNIKOM.

Sumber: <https://www.instagram.com/lkbhunikom/>

(Diakses pada 09/07/2024)

II.3. Analisis Permasalahan

II.3.1. Kuisisioner

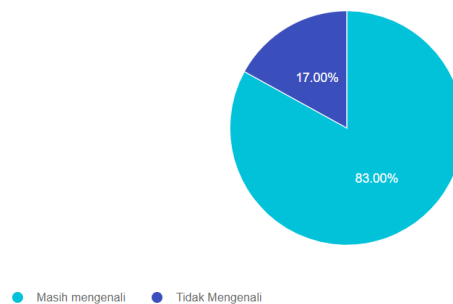
Menurut Arikunto, kuisisioner adalah suatu sejumlah pertanyaan yang ditulis dengan tujuan untuk memperoleh data dari responden, atau untuk memperoleh hal yang diketahui oleh responden (Najah 2015).

II.3.1.1. Kuisisioner Online

Perancang melakukan jenis kuisisioner *online* secara terbuka melalui *website Zoho.com*, dengan judul "Survey Kuisisioner Penelitian Identitas LBH Elang Maut Indonesia". Mengajukan sebanyak 10 pertanyaan mengenai ciri logo baik, serta mencantumkan informasi seputar 10 ciri logo yang baik menurut pendapat ahli didalam kuisisionernya, agar responden memiliki acuan dan tidak terlalu objektif saat menjawab pertanyaan kuisisioner. Atas izi pengelola LBH, halaman kuisisioner pun dibagikan pada 11 grup whatsapp *Club Hukum Elang Maut Indonesia*, yang berisikan sekitar 6000 lebih anggota dengan latar belakang, kelas sosial, serta profesi yang berbeda-beda. Para responden ini di pilih karena perancang meyakini

para responden memiliki kepedulian yang tinggi terhadap LBH. Kuisisioner ini dilakukan dengan total durasi 24 jam, riwayat dari kuisisioner bisa diakses di survey.zohopublic.com/zs/h10JFp, berlaku hingga tanggal 1 maret 2024. Berikut adalah hasil kuisisioner *online* terhadap masyarakat umum;

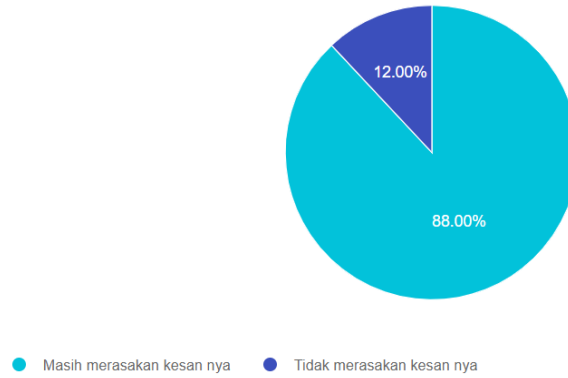
1. Apakah anda masih bisa mengenali logo LBH Elang Maut, jika huruf "EM" nya dihilangkan didalam logo tersebut? Dari total 100 responden, 83% menyatakan masih mengenali logo, dan 17% menyatakan tidak mengenali logo. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH terlihat sederhana.



Gambar II.22 Statistik Hasil Kuisisioner 1

Sumber: Dokumen Pribadi

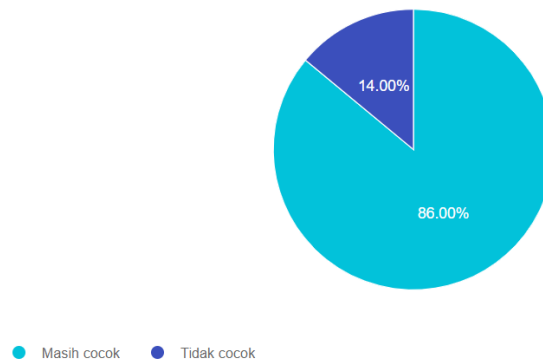
2. LBH Elang Maut mempunyai moto "Pelopor masyarakat cerdas hukum". Lalu apakah anda dapat merasakan "kesan" moto itu ketika anda melihat logo LBH Elang Maut? Dari total 100 responden, 88% menyatakan masih dapat merasakan "kesan" moto itu, dan 12% menyatakan masih dapat merasakan "kesan" moto itu. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH bersifat komunikatif.



Gambar II.23 Statistik Hasil Kuisisioner 2

Sumber: Dokumen Pribadi

- Menurut pandangan anda, bila didasari dari bentuk logo-logo lembaga hukum yang sudah ada, apakah logo LBH Elang Maut saat ini masih cocok untuk menjadi logo lembaga hukum? Dari total 100 responden, 86% menyatakan logo LBH masih cocok menjadi logo lembaga hukum, dan 14% menyatakan logo LBH tidak cocok menjadi logo lembaga hukum. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH bersifat relevan.



Gambar II.24 Statistik Hasil Kuisisioner 3

Sumber: Dokumen Pribadi

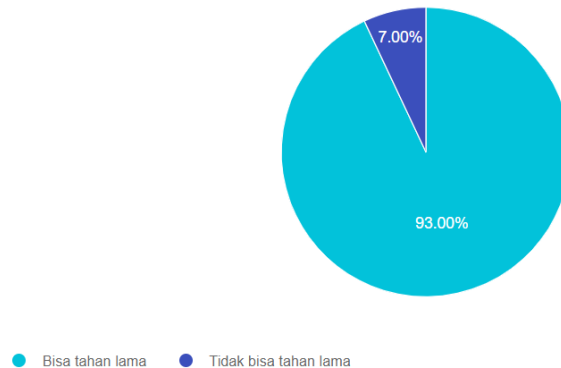
- Menurut anda, apakah logo LBH Elang Maut saat ini adalah logo yang mudah untuk diingat? Dari total 100 responden, 98% menyatakan logo yang mudah untuk diingat, dan 2% menyatakan logo yang tidak mudah untuk diingat. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH mudah diingat.



Gambar II.25 Statistik Hasil Kuisisioner 4

Sumber: Dokumen Pribadi

5. Menurut pandangan anda, apakah logo LBH Elang Maut saat ini dapat digunakan untuk waktu yang lama? misalnya sampai 10 tahun kedepan. Dari total 100 responden, 93% menyatakan logo dapat digunakan untuk waktu yang lama, dan 7% menyatakan logo tidak dapat digunakan untuk waktu yang lama. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH bersifat tahan lama.



Gambar II.26 Statistik Hasil Kuisisioner 5

Sumber: Dokumen Pribadi

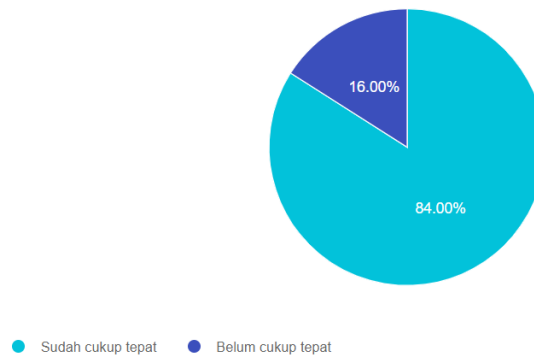
6. Bagi anda, apakah logo LBH Elang Maut bisa di taruh atau digunakan pada semua objek? contohnya: di dinding, di baju, di kendaraan, di bendera, apapun itu. Dari total 100 responden, 90% menyatakan logo dapat di taruh atau digunakan pada semua objek, dan 10% menyatakan logo tidak dapat di taruh atau digunakan pada semua objek. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH mudah diaplikasikan.



Gambar II.27 Statistik Hasil Kuisisioner 6

Sumber: Dokumen Pribadi

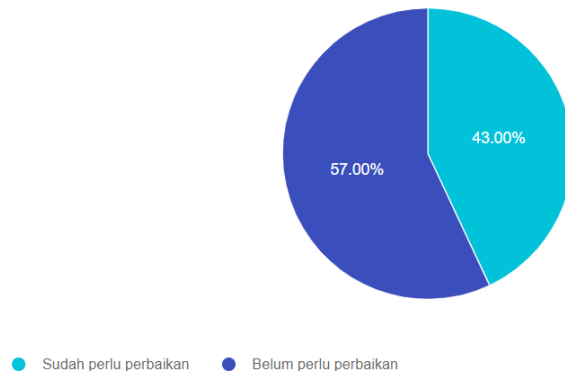
7. Menurut pandangan anda, jika melihat logo secara keseluruhan, apakah logo LBH Elang Maut cukup tepat dengan target konsumen yang mereka tuju? khususnya untuk menjadi lembaga hukum yang ditujukan pada masyarakat umum. Dari total 100 responden, 84% menyatakan logo cukup tepat dengan target konsumen yang mereka tuju, dan 16% menyatakan logo tidak cukup tepat dengan target konsumen yang mereka tuju. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH tepat sasaran.



Gambar II.28 Statistik Hasil Kuisisioner 7

Sumber: Dokumen Pribadi

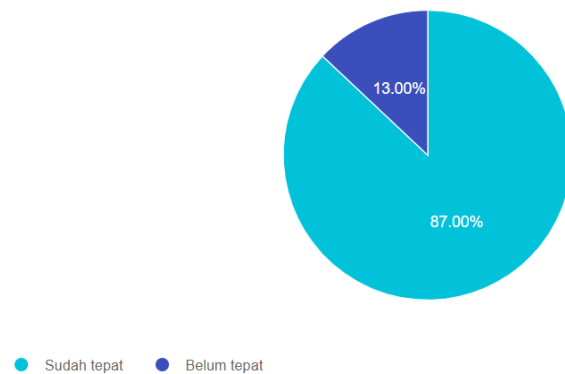
8. Menurut anda, apakah logo LBH Elang Maut saat ini sudah perlu perbaikan? Atau belum perlu perbaikan? Dari total 100 responden, 57% menyatakan logo blum perlu perbaikan, dan 43% menyatakan logo perlu perbaikan. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH terlihat sempurna.



Gambar II.29 Statistik Hasil Kuisisioner 8

Sumber: Dokumen Pribadi

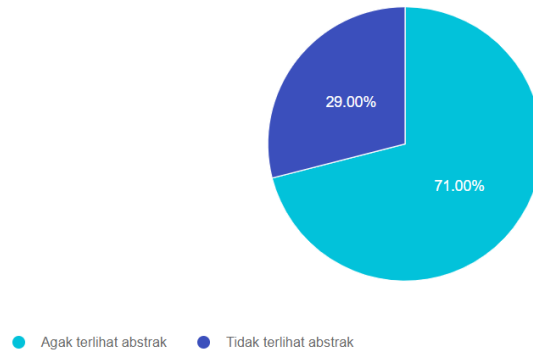
9. Dengan penulisan singkatan "EM", perpaduan warna merah putih hitam, dan pemilihan huruf *font*. Menurut pandangan anda, dengan perpaduan semua itu, apakah sudah menjadi pilihan yang tepat untuk dijadikan sebuah logo? Dari total 100 responden, 87% menyatakan logo memiliki warna dan *font* yang tepat untuk dijadikan sebuah logo, dan 13% menyatakan logo tidak memiliki warna dan *font* yang tepat. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH sudah memiliki warna dan *font* yang tepat.



Gambar II.30 Statistik Hasil Kuisisioner 9

Sumber: Dokumen Pribadi

10. Menurut anda, apakah logo LBH Elang Maut terlihat abstrak bila dilihat dari bentuknya? Dari total 100 responden, 71% menyatakan logo terlihat abstrak bila dilihat dari bentuknya, dan 29% menyatakan logo tidak terlihat abstrak bila dilihat dari bentuknya. Kesimpulan dari hasil kuisisioner ini adalah menurut masyarakat umum logo LBH terlihat abstrak.



Gambar II.31 Statistik Hasil Kuisisioner 10

Sumber: Dokumen Pribadi

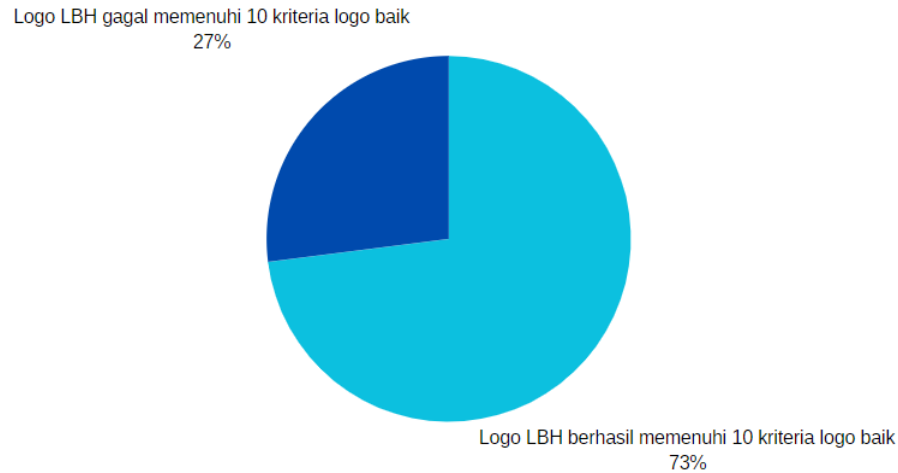
II.3.1.2. Kuisisioner *Offline*

Perancang juga melakukan kuisisioner *offline* terhadap 6 pengelola LBH, dengan mengajukan pertanyaan yang sama pada kuisisioner *online* sebelumnya. Adapun hasil kuisisioner *offline* terhadap 6 pengelola LBH adalah 6 pengelola berpendapat logo LBH berhasil memenuhi 6 kriteria dari total 10 kriteria logo yang baik, yaitu:

- Logo LBH terlihat sederhana.
- Logo LBH cukup mudah diingat.
- Logo LBH masih relevan.
- Logo LBH mudah untuk diaplikasikan.
- Logo LBH sudah cukup memilih warna dan *font* yang tepat.
- Logo LBH tidak terlihat abstrak.

II.3.1.3 Kesimpulan Kuisisioner *Online* dan *Offline*

Adapun kesimpulan hasil kuisisioner *online* dan *offline* yang berisikan 10 pertanyaan terkait kriteria logo baik yang didasari dari pendapat ahli yaitu, a dan 27% berpendapat logo LBH gagal memenuhi 10 kriteria logo yang baik. Maka bisa diambil kesimpulan bahwa menurut masyarakat umum dan 6 pengelola LBH, logo LBH Elang Maut Indonesia saat ini adalah logo yang cukup baik.



Gambar II.32 Statistik Kesimpulan Kuisisioner

Sumber: Dokumen Pribadi

II.3.2. Wawancara

Menurut Sugiyono, wawancara digunakan sebagai cara memperoleh data dengan tujuan untuk melakukan studi atau untuk menemukan permasalahan dengan tujuan tertentu, serta untuk mengetahui hal-hal dari responden secara mendalam (Paramita 2021).

II.3.2.1. Wawancara Terhadap Pendiri LBH Elang Maut Indonesia

Perancang melakukan wawancara langsung berdurasi sekitar 1 jam di kantor LBH Elang Maut Indonesia yang terletak di kota Bandung. Wawancara dilakukan bersama Benny Surbakti SH. MH. CPM selaku pendiri LBH Elang Maut Indonesia. Hasil wawancara yang didapat oleh perancang adalah berupa informasi tentang sejarah, tata kelola, karakteristik, pencitraan dan visi-misi LBH Elang Maut Indonesia, beserta penjelasan terkait filosofi yang terdapat pada logo LBH.

II.3.2.2. Wawancara Terhadap Ahli

Pada wawancara ahli, perancang memilih seorang teman lama, yang bernama Miguel, Miguel merupakan seorang grafik desainer, tipografer, dan juga ilustrator yang berasal dari Portugal, Miguel sudah menjalani profesi sebagai grafik desainer selama 15 tahun, dengan pengalaman bekerja untuk berbagai perusahaan besar, seperti Google, AMD, Ubisoft, EA Games dan bahkan Miguel pernah bekerja untuk salah satu grup musik *rock* terpopuler, yaitu Blink-182, informasi

tersebut bisa dilihat pada *website* pribadi Miguel, di *Menogcreative.com*. Perancang melakukan wawancara berdurasi sekitar 30 menit menggunakan bahasa Inggris secara *online* yang berisikan tentang 10 pertanyaan terkait ciri logo yang baik yang didasari pendapat ahli. Adapun hasil dari wawancara pada ahli adalah, ahli berpendapat logo LBH saat ini hanya berhasil memenuhi 4 kriteria saja, dari total 10 kriteria logo yang baik, berikut secara spesifik:

- Logo LBH cukup mudah diingat.
- Logo LBH mudah untuk diaplikasikan.
- Logo LBH sudah cukup memilih warna dan *font* yang tepat.
- Logo LBH tidak terlihat abstrak.

II.3.3. Analisis SWOT

Menurut Galavan, analisis SWOT adalah analisis yang digunakan untuk mendapatkan strategi akurat terhadap kondisi pasar secara sesuai, analisis peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) untuk mengetahui lingkungan luar perusahaan, lalu menganalisis kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) untuk mengetahui lingkungan dalam perusahaan (Yudhistira dkk, 2021).

II.3.3.1. Analisis SWOT LBH Elang Maut Indonesia

Berikut adalah hasil analisis SWOT:

- *Strength* (Kekuatan):
 1. 73% masyarakat umum berpendapat logo berhasil memenuhi 10 kriteria logo yang baik.
 2. Ahli berpendapat logo berhasil memenuhi 4 kriteria, dari total 10 kriteria logo yang baik.
 3. Memiliki maskot berupa kepala seekor elang yang mudah dikenali.
 4. Ahli dan masyarakat berpendapat logo LBH memiliki komposisi warna yang sudah baik.
- *Weakness* (Kelemahan):
 1. Logo dirancang hanya berdasarkan filosofi saja.
 2. Logo tidak dirancang desainer profesional.
 3. Logo bersifat ilustratif.

4. Pendiri LBH meragukan kualitas logo saat ini.
 5. Tidak memiliki tulisan LBH pada logo.
 6. Nama lembaga pada logo sulit dipahami.
 7. Pemilihan *font* yang tidak berkarakter.
 8. Aset maskot pada logo LBH tidak *original*.
- *Opportunities* (Peluang):
 1. Logo sesuai dengan identitas LBH.
 2. Logo memiliki maskot yang original.
 3. Logo memiliki *font* yang berkarakter.
 - *Threats* (Ancaman):
 1. 73% masyarakat tidak menyukai logo baru.
 2. Logo menjadi biasa saja, seperti logo LBH lainnya.

Daftar Tabel II.2 Tabel Analisis SWOT

Sumber: Dokumen Pribadi

Internal	Strengths (S)	Weakness (W)
	Eksternal	<ol style="list-style-type: none"> 1. 73% masyarakat umum berpendapat logo berhasil memenuhi 10 kriteria logo yang baik. 2. Ahli berpendapat logo berhasil memenuhi 4 kriteria, dari total 10 kriteria logo yang baik. 3. Memiliki maskot berupa kepala seekor elang yang sudah melekat. 4. Ahli dan masyarakat berpendapat logo LBH memiliki komposisi warna yang sudah baik.

Opportunities (O) 1. Logo sesuai dengan identitas LBH. 2. Logo memiliki maskot yang <i>original</i> . 3. Logo memiliki <i>font</i> yang berkarakter.	SO Strategy 1. Melengkapi 6 kriteria logo baik. 2. Memasukan elemen visual elang pada logo. 3. Menggunakan komposisi warna logo yang lama.	WO Strategy 1. Memasukan filosofi pendiri LBH terhadap logo yang baru. 2. Memilih <i>font</i> yang berkarakter.
Threats (T) 1. 73% masyarakat tidak menyukai logo baru. 2. Logo menjadi biasa saja, seperti logo LBH lainnya.	ST Strategy 1. Menggabungkan 2 jenis logo demi pembeda dari logo lembaga pada umumnya, serta memperkuat identitas.	WT Strategy 1. Melibatkan pendiri LBH saat merancang logo. 2. Menentukan aspek desain grafis yang tepat saat merancang logo.



Gambar II.33 Gambar Semua Logo LBH

Sumber: Dokumen Pribadi

II.4. Resume

Pendiri menyatakan alasan LBH memilih kepala seekor elang bermata satu sebagai maskot dari lembaga mereka, adalah karena pendiri meyakini elang adalah hewan yang memiliki mata yang sangat tajam, seakan mata tajam itu memiliki kemampuan lebih dalam menganalisa masalah hukum secara akurat. Hasil kuisisioner menunjukkan dari total 106 responden, 73% berpendapat logo LBH terdahulu

berhasil memenuhi 10 kriteria logo yang baik. Namun ahli berpendapat logo LBH terdahulu hanya berhasil memenuhi 4 kriteria saja, dari total 10 kriteria logo yang baik. Lalu hasil analisis SWOT menunjukkan dalam merancang identitas visual LBH yang baru, perancang harus melengkapi sisa dari 6 kriteria logo baik, memasukan elemen visual elang, memilih *font* yang berkarakter, mempertahankan komposisi warna, dan memasukan filosofi identitas terdahulu pada identitas visual yang baru.

II.5 Solusi Perancangan

Maka solusi yang diberikan adalah dengan merancang ulang identitas visual yang sesuai dengan visi-misi, tujuan, karakteristik LBH, beserta data dari hasil analisis SWOT, melalui media utama berupa buku panduan logo, dan media pendukung berupa sejumlah media promosi, stationeri, atribut pekerja, dan souvenir, dengan tujuan untuk mengkomunikasikan perihal identitas visual LBH yang baru, serta diharapkan dapat memperkuat identitas visual LBH, sehingga LBH dapat menjangkau masyarakat lebih luas yang membutuhkan bantuan hukum dan edukasi hukum.