

D. Kesimpulan

Perancangan ini merupakan sebuah cara untuk mengenal produk Mangano dikenal luas, selain itu video iklan Mangano edisi Ramadan dapat menjadi media komunikasi, informasi dan promosi. Sehingga dapat mendatangkan konsumen lebih banyak dari tahun-tahun sebelumnya terutama dalam bulan Ramadan, serta dapat mendorong masyarakat untuk memiliki rasa cinta terhadap masakan khas Indonesia.

Video iklan dengan menggunakan metode *motion graphic* ini menjadi “terobosan” dan menjadi pembeda di antara segala iklan yang ditayangkan saat ini terutama dengan kebutuhan informasi yang harus cepat ditangkap oleh audiens. Karena karakteristik yang menarik perhatian menggunakan visual membuatnya berbeda dari kebanyakan iklan yang hadir, menjadikan iklan ini sebagai pemikat siapapun yang melihatnya. Iklan paling efektif ketika r

pesan y

Sem: media Informa KRL Ja yaitu p: Mangar ketika b



mudah menemukan & relevan, *Public* & KRL dan stasiun tuju sudah tersasar, k waktu, sehingga an sajian, terutama

E. Sumber

Betance Press Jejak (ww Moriart Pren News,

www.news.detik.com/berita/d-3497129/penumpang-commuter-line-tembus-angka-1-juta (diakses pada 12 Agustus 2017)

Taylor Nelson Sofres (2015): “*Public Information Display*”

Graphics. Wildside

tu orang sahur lan) (2011). *Adverstring*:

> tembus 1 Juta