

## ABSTRAK

Iklan merupakan proses penyampaian pesan persuasif dari komunikator ke komunikan melalui media. Sebagai salah satu bentuk komunikasi, iklan harus mampu memberikan informasi yg diperlukan. Iklan yang ditampilkan dalam media cetak seharusnya bisa memberikan ruang yang cukup untuk memberikan informasi yang seharusnya diberikan, demikian pula tentang informasi iklan produk pria. Kreatifitas pembuatan iklan produk pria menjadi penentu dalam proses penyampaian informasi produk kepada khalayak tentang keuntungan serta dapat menghadirkan diferensiasi dari setiap produk sehingga akan memunculkan kesan pada khalayak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan dari iklan-iklan produk pria di Majalah Cosmopolitan edisi Juli 2006 hingga Juni 2007. Metode yang dilakukan yaitu metode analisis isi (*content analysis*). Analisis isi pada dasarnya merupakan suatu tehnik sistematik untuk menganalisa isi pesan dan mengolah pesan atau suatu alat untuk mengobservasi dan menganalisis perilaku komunikasi yang terbuka dari komunikator yang dipilih. Populasi dalam penelitian ini ialah keseluruhan jumlah iklan produk pria di Majalah Cosmopolitan edisi Juli 2006 hingga Juni 2007, sedangkan sampel yang diambil berjumlah 53 buah iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis produk yang mendominasi ialah aksesoris, unsur utama iklan didominasi oleh *visual*, Warna iklan lebih banyak menampilkan warna-warna *full colours*, unsur *illustration* lebih banyak menggunakan *Illustration of the product in use*, jenis bahasa lebih banyak menggunakan bahasa Inggris, jenis pesan lebih banyak menggunakan yang bersifat *informative*, penggunaan *slogan* masih banyak digunakan, sedangkan unsur *headline* didominasi oleh *identification headline*. Berdasarkan temuan tersebut, iklan produk pria yang terdapat di majalah Cosmopolitan memiliki isi pesan yang relatif sama. Bagi biro iklan seharusnya dapat meningkatkan kreatifitas dalam pembuatan sebuah iklan. Selain itu, bagi pihak perusahaan produk sebagai klien hendaknya memberikan keleluasaan bagi biro iklan untuk mengerjakan iklan-iklannya.

## **ABSTARCT**

Advertising is the process of delivering a persuasive message from the communicator to the communicant through the media. As one form of communication, it must be able to provide the information required. Ads that appear in the print media should be able to provide enough space to provide information that should be provided, as well as information about the product ad man. Creativity is making the ad men's products to be decisive in the process of delivering information to the public about the benefits of the product and can deliver differentiation of each product so that it will create an impression on the audience. The purpose of this study was to determine the content of the message of the ads in the men's products Cosmopolitan Magazine July 2006 issue until June 2007. The method used is the method of content analysis (content analysis). Content analysis is essentially a systematic technique for analyzing message content and message processing or a tool to observe and analyze the behavior of communication open communicators selected. The population in this study was the total number of product advertising men in the July 2006 issue of Cosmopolitan magazine until June 2007, while totaling 53 samples taken advertising pieces. The results showed that the type of product that is dominated accessories, the main element is dominated by visual advertising, color displays more advertising colors full colors, use more elements illustration Illustration of the product in use, the type of language to use more English, type use more messages that are informative, the use of the slogan is still widely used, while the headlines are dominated by the element of identification headlines. Based on these findings, the ad man terdapat products at Cosmopolitan magazine has relatively the same message. For advertising agencies should improve your creativity in making an advertisement. In addition, for the company's products as the client should provide flexibility for agencies to work on the ads.