

ABSTRAKSI

Kota Yogyakarta sebagai kota wisata dan budaya di Indonesia merupakan suatu *image* yang sudah tertanam sejak dulu. Pemerintah Kota Yogyakarta terus berupaya menata dan mempercantik kota Yogyakarta, mulai dari penataan lingkungan yang sehat, indah dan bersih. Hal itu merupakan salah-satu faktor yang sangat penting dalam upaya mempromosikan kota Yogyakarta sebagai kota wisata. Salah satu cara yang digunakan Pemerintah Kota Yogyakarta adalah dengan mewujudkan program “Jogja Bersih” 2005-2006. Salah satu cara yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta untuk mensosialisasikan program tersebut yaitu dengan cara penyuluhan, himbauan-himbauan yang dipasang di berbagai media lokal di Yogyakarta, dan lain sebagainya. Termasuk di antaranya melalui Iklan Layanan Masyarakat (ILM) yang secara berkala dipakai untuk mensosialisasikan program Jogja Bersih ini.

Kebijakan dalam kampanye Jogja Bersih 2005-2006 ini dikeluarkan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta melalui Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2005 yang ditetapkan pada tanggal 15 November 2005, kemudian unsur pelaksanaan dari Pemerintah Kota sebagai suatu kelanjutan dari keputusan Pemerintah Kota sebelumnya dalam bidang kebersihan dan keindahan. Instansi yang berwenang dalam kampanye ini adalah Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta, yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 27 Tahun 2000 dan ditetapkan pada tanggal 22 Desember 2000, merupakan unsur pelaksanaan dari Pemerintah Kota dalam bidang kebersihan dan keindahan.

Iklan layanan masyarakat Jogja Bersih merupakan suatu ajakan atau sosialisai kepada masyarakat agar selalu menjaga kebersihan dan keindahan Kota Yogyakarta. ILM Jogja Bersih ini dimuat di beberapa media massa di Yogyakarta tapi lebih diutamakan pada media luar ruang, yaitu berupa *Billboard*, stiker yang dibagikan pada masyarakat dan dipasang di tempat-tempat pembuangan sampah, himbauan-himbauan yang ditulis di sudut-sudut kota, dan brosur-brosur. Hal ini dianggap efektif untuk menjangkau semua lapisan masyarakat Yogyakarta.

Selain dilaksanakan oleh Dinas Lingkungan Hidup Kota Yogyakarta (DLHY), pelaksanaan kegiatan kampanye ILM Jogja Bersih 2005-2006 ini didukung juga oleh Instansi-instansi Pemerintah yang terkait dengan masalah kebersihan, keindahan, dan kesehatan. Seperti, DINKES, KPDL, BKD, dan pihak-pihak swasta seperti BMW Club Yogya, ICLEI (*International Council For Local Environmental Initiatives*), *Jogja Automotive Community* (JAC), dan LSM-LSM. Kemudian pada penggunaan teknik pada pengemasan pesan ILM Jogja Bersih ini salah satunya adalah berfokus pada teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, dan Action*) mulai pada tahap menarik perhatian (*Attention*) sampai pada tahap