

Pendampingan Penyusunan Rencana Komunikasi Strategis GPIB Marga Mulya Yogyakarta sebagai Tempat Ibadah Ramah Wisata

Yuseptia Angretnowati ¹, Revta Fariszky ², Keny Rahmawati ³, Meike Lusye Karolus ⁴

^{1,2,4}*Program Ilmu Komunikasi, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia*

³*Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta, Indonesia*

Corresponding Author

Nama Penulis: Yuseptia Angretnowati

E-mail: yuseptia_angretnowati@upnyk.ac.id

Abstrak

Melalui kehadiran gereja di ruang publik yang lebih inklusif diharapkan gereja mengalami berbagai konsekuensi positif. Harapan tersebut tidak hanya mengenai upaya menyuburkan toleransi keberagaman, akan tetapi secara internal dapat berdampak bagi pengembangan sosial, ekonomi, dan budaya bahkan citra positif bagi suatu daerah. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi GPIB Marga Mulya, Yogyakarta menyusun rencana komunikasi strategis program transformasi gereja menjadi destinasi ramah wisata. Penyusunan rencana komunikasi strategis ini berfokus pada upaya mensistematisasi langkah-langkah komunikatif apa saja yang perlu dilakukan GPIB Marga Mulya. Upaya sistematis tersebut diperlukan untuk mengkoordinasi sumber daya yang dimiliki serta menyusun tindakan komunikatif yang berarti untuk merangkul kembali stakeholder penting, baik itu pemerintah maupun masyarakat untuk menyiapkan gereja ramah wisata. Adapun metode yang digunakan untuk membuat rencana komunikasi strategis GPIB Marga Mulya menuju gereja ramah wisata yang inklusif dan terhubung adalah studi pustaka, wawancara, focus grup discussion, observasi, dan konsultasi pendapat ahli. Setelah berbagai tahap pengumpulan data dilakukan, tim abdimas merumuskan dokumen rencana komunikasi strategis yang akan dimanfaatkan Ketua Majelis Jemaat (KMJ) gereja untuk dikomunikasikan kebijakan ini pada rapat program kegiatan di tingkat majelis jemaat. Selanjutnya hasil dari dokumen rencana strategis ini nantinya juga akan dimanfaatkan untuk menyusun beberapa langkah strategis untuk menjalin komunikasi di level eksternal.

Kata Kunci - Kebijakan Program, Perencanaan Komunikasi, Dokumen Perencanaan, Gereja, Ramah Wisata

Abstract

Through the presence of the church in a more inclusive public space, it is hoped that the church will experience various positive consequences. This expectation is not only about efforts to foster diversity tolerance but also internally can have an impact on social, economic, and cultural development, even creating a positive image for a region. This community service program aims to accompany GPIB Marga Mulya, Yogyakarta in developing a strategic communication plan for the transformation of the church into a tourist-friendly destination. The formulation of this strategic communication plan focuses on systematically organizing the communicative steps that GPIB Marga Mulya needs to take. This systematic effort is necessary to coordinate the available resources and develop meaningful communicative actions to reconnect with important stakeholders, whether it be the government or the community, to prepare the church as a tourist-friendly destination. The methods used to create the strategic communication plan for GPIB Marga Mulya towards an inclusive and connected tourist-friendly church include literature review, interviews, focus group discussions, observations, and consultations with experts. After various stages of data collection, the community service team formulates a document of the strategic communication plan that will be utilized by the Church Board Chairman (KMJ) to communicate this policy at the congregation's program meeting. Furthermore, the results of this strategic plan document will also be used to develop several strategic steps for external-level communication.

Keywords - Program Policy, Communication Planning, Document Planning, Church, Tourist-Friendly

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license

PENDAHULUAN

Melalui perjalanan sejarah yang panjang, Indonesia menjadi kaya akan keragamannya, termasuk dinamika masyarakat pada masa kolonial. Begitupun, denyut nadi masyarakat, persebaran, dan internalisasi agama di tengah masyarakat telah membentuk peradaban, seiring dengan berbagai gelombang politik yang telah memandu perjalanan bangsa Indonesia. Gereja Protestan di Indonesia bagian Barat atau yang kemudian disebut dengan GPIB adalah kumpulan persekutuan umat percaya Kristen Protestan di Indonesia, yang pada masa kolonial bernama *De Protestantse Kerk in Westeileijk Indonesie*. Adapun secara teologis, GPIB menganut ajaran Reformasi dari Yohanes Calvin, seorang Reformator Prancis. GPIB sendiri secara resmi berdiri pada 1 Desember 1948 melalui surat keputusan Wakil Tinggi Perwalikan Kerajaan Belanda di Indonesia No.2 (GPIB Marga Mulya Yogyakarta, 2023) Terdapat 316 GPIB di Indonesia, dan salah satunya ialah GPIB Marga Mulya yang berdiri di Kota Yogyakarta. GPIB Marga Mulya memiliki perjalanan sejarah yang cukup panjang dengan warisan arsitektur Hindia Belanda yang bernilai historis tinggi. Latar belakang rencana program komunikasi strategis ini dimaksudkan untuk mentransformasikan GPIB Marga Mulya menjadi gereja ramah wisata. Inisiatif ini berasal dari Ketua Majelis Jemaat (KMJ) selama masa kepemimpinan 2023-2028. Semangat ini hadir dengan tujuan untuk meresapi kembali nilai-nilai sejarah gereja yang kuat dengan harapan dapat hidup kembali dan dapat dikenali oleh khalayak yang lebih luas, terlebih lokasi gereja berlokasi di jantung kota Yogyakarta, kota budaya.



Gambar 1.

Suasana di sekitar GPIB Margamulya Yogyakarta pada tahun 1920-an diakses dari Dok.BPCB DIY
(Sumber: Puspasari Setyaningrum, 2023)



Gambar 2.

Struktur Bangunan dan Citra Sekitar GPIB Marga Mulya (GPIB Marga Mulya, 2023)

Upaya untuk menjadikan GPIB Marga Mulya menjadi gereja ramah wisata perlu menempuh proses perencanaan komunikasi. Komunikasi menjadi sangat krusial bagi organisasi, sebagaimana yang disebutkan oleh Suparno (2010) bahwa organisasi adalah komunikasi. Dengan demikian, perencanaan komunikasi adalah suatu yang inheren dengan transformasi sebuah organisasi. Mengenai perencanaan komunikasi, Fatmawati (2021) menjelaskan penggunaan metode komunikasi secara terencana dan terkondisi dalam upaya pemecahan suatu problem. Selanjutnya untuk menjadikan lebih konkret, perencanaan komunikasi perlu merujuk pada sebuah model komunikasi. Sebuah perencanaan komunikasi membutuhkan model komunikasi agar dapat menjadi referensi bagi penyusunan program komunikasi.

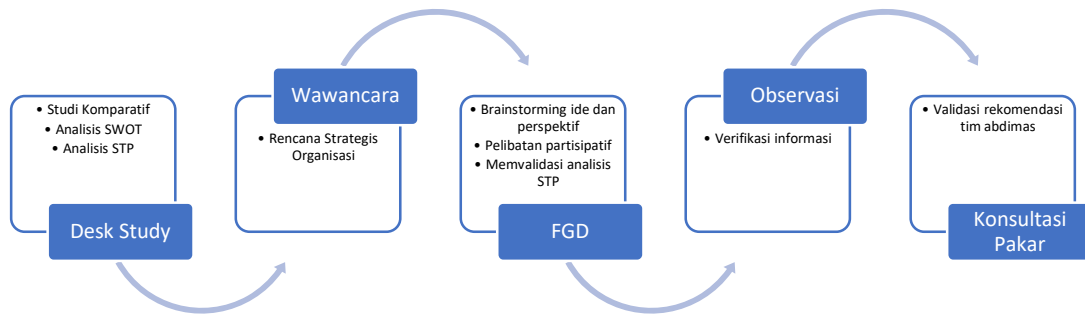
Perencanaan komunikasi memerlukan model komunikasi yang tepat dan sesuai dengan karakteristik dari organisasi. Hal ini misalnya merujuk pada gereja sebagai institusi sosial, seperti yang ditegaskan oleh Helweldery (2014), gereja memiliki peran kultural dan integrasi sosial dalam masyarakat. Dengan demikian pemilihan model komunikasi juga perlu adaptif dengan kompleksitas dan dinamika sosial dan politik yang melekat pada organisasi. Setidaknya terdapat dua penciri penting GPIB Marga Mulya. Pertama, dari sisi bangunan, gereja tergolong sebagai bangunan cagar budaya. Kedua, dari segi sosial-kultural, entitas para jemaatnya telah memiliki konstruksi identitas multikulturalisme yang cukup mapan. Melalui pertimbangan tersebut, tim abdimas memilih model komunikasi Middleton (1980) ~~John Middleton (1980:44)~~ untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditetapkan dan sesuai dengan kondisi organisasi. John Middleton menggambarkan perencanaan strategi komunikasi dalam sepuluh (10) tahap yang terdiri dari: 1) pengumpulan data dasar dan penilaian kebutuhan; 2) rumusan tujuan komunikasi; 3) perencanaan strategi dan analisis pengembangan; 4) analisis dan segmentasi audiens; 5) pemilihan media; 6) desain dan pengembangan pesan; 7) perencanaan manajemen; 8) pelatihan implementasi; 9) implementasi; dan 10) evaluasi program. Model komunikasi ini juga digunakan Beni (2018) menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan pemerintah Kota Malang, yakni dalam upaya penumbuhan dan pemberdayaan Kelompok Informasi Masyarakat (KIM). Disini terlihat bahwa perencanaan komunikasi John Middleton relevan pada subyek kelompok sosial/ kultural seperti gereja yang mempunyai hubungan dengan beberapa variabel seperti kebijakan publik, partisipasi masyarakat, isu multikulturalisme, hubungan antara agama, pengelolaan sumberdaya, dan relevansi dengan sosial ekonomi. Semua memerlukan perhatian dan pendekatan masing-masing. Selain itu, perlu dipahami bahwa menjadikan gereja sebagai destinasi ramah wisata memerlukan penataan yang dapat disesuaikan dengan harapan internal, dan semua itu membawa konsekuensi logis. Pada bagian selanjutnya, aspek-aspek ini akan dijelaskan.

METODE

Proses mendesain perencanaan komunikasi strategis pengembangan GPIB Marga Mulya sebagai gereja ramah wisata menggunakan tahapan yang terstruktur dan sistematis. Realisasi program ini menggunakan beberapa cara, antara lain studi pustaka, wawancara, *focus group discussion* (FGD) dan observasi guna mengumpulkan sebanyak-banyak data yang akan digunakan untuk beberapa analisis sebelum merumuskan perencanaan komunikasi. Pertama, tim abdimas melakukan koordinasi awal dengan KMJ dan perwakilan anggota majelis jemaat untuk merumuskan tujuan dari perencanaan komunikasi strategis ini. Sementara itu, dalam sepanjang kegiatan ini, tim abdimas selalu melakukan studi pustaka. Selanjutnya, tim abdimas melakukan analisis strategi STP, atau yang dikenal dengan *segmentation, targeting, dan positioning*, untuk menemukan unsur dari identitas atau penciri khas GPIB Marga Mulya dengan menggunakan kombinasi metode. Tahap ini menggunakan kajian komparatif, yaitu dengan menggunakan studi kasus pada tempat-tempat ibadah dengan identifikasi sebagai wisata religi yang populer. Beberapa contoh termasuk Masjid Cut Meutia, Jakarta; Gereja Katedral Santo Petrus, Bandung; Gereja Sidang Kristus, Sukabumi; GPIB Blenduk, Semarang; GPIB Kediri; dan Gereja Katolik Hati Kudus. Sebagai tambahan dalam upaya mengidentifikasi STP GPIB

Marga Mulya, tim abdimas juga melakukan analisis SWOT, *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman).

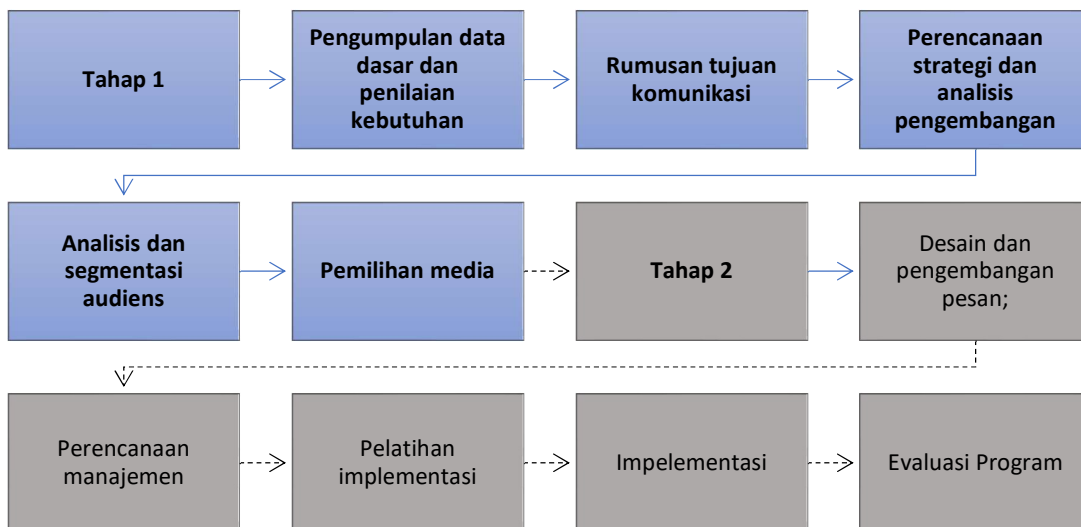
Selanjutnya, untuk mengonfirmasi hasil analisis data, tim abdimas melakukan FGD dengan kepala kantor, beberapa staf, dan pemuda gereja. Tujuan dari FGD ini adalah mendapatkan pendapat, ide, dan perspektif mengenai wacana pengembangan gereja ramah wisata. Diskusi ini penting tidak hanya untuk menjadi wadah *brainstorming* dan menemukan permasalahan organisasi, tetapi juga untuk membentuk pengetahuan, persepsi, dan mendorong keterlibatan partisipatif dalam tim. Sementara itu, tim abdimas juga melakukan observasi untuk memverifikasi kondisi yang ada di lapangan. Dengan demikian, keseluruhan metode ini membentuk dasar yang kuat memvalidasi model komunikasi yang digunakan dalam perencanaan komunikasi strategis guna mengembangkan gereja ramah wisata.



Gambar 3.

Metode Pelaksanaan Abdimas (Tim Abdimas, 2024)

Langkah-langkah penyusunan rencana komunikasi strategis GPIB Marga Mulya mengaplikasikan pendekatan yang terstruktur. Dimulai dari tahap *desk study* untuk mendapatkan identitas khas organisasi, wawancara untuk menetapkan tujuan program, metode FGD untuk membangun komunikasi yang partisipatif, dilanjutkan dengan observasi untuk memverifikasi sejumlah informasi dan pada tahap terakhir, konsultasi dengan pakar untuk menemukan berbagai alternatif kebijakan dan memvalidasi beberapa rekomendasi yang disampaikan oleh tim abdimas.



Gambar 4.

Tahap 1 Pendampingan Penyusunan Rencana Komunikasi Strategis GPIB Marga Mulya (Tim Abdimas, 2024)

Adapun kegiatan penyusunan rencana komunikasi ini diinisiasi pada Desember 2023 dan mulai diimplementasikan dari Januari hingga Februari 2024 sebagai tahap satu (1) dari hasil pendampingan Abdimas. Hasil dari pendampingan ini adalah adanya dokumen perencanaan komunikasi strategis. KMJ GPIB Marga Mulya akan menggunakan dokumen ini sebagai materi atau dasar kebijakan program yang selanjutnya akan disampaikan pada rapat majelis jemaat. Rapat ini memiliki legitimasi mewakili seluruh jemaat gereja dan forum penting dalam menentukan program dan kegiatan gereja yang diselenggarakan pada akhir Februari 2024. Prosedur ini dinilai penting karena antara gereja dan anggota perlu selalu membangun hubungan yang kuat dan efektif, termasuk dalam mengkomunikasikan rencana pengembangan gereja ramah wisata. Upaya ini memerlukan keterbukaan, transparansi, dan partisipasi aktif seluruh jemaat gereja. Berkenaan dengan tahap dua (2), yaitu implementasi perencanaan komunikasi strategis, tim abdimas akan menyesuaikan langkah-langkahnya setelah mendapat keputusan dari rapat majelis jemaat.

HASIL PEMBAHASAN

1. Pengumpulan Data Dasar dan Penilaian Kebutuhan

Sejak permintaan menjadi tim abdimas untuk melakukan pendampingan penyusunan rencana komunikasi strategis pengembangan GPIB Marga Mulya sebagai gereja ramah wisata, tim melakukan berbagai upaya pengumpulan data sekunder. Melalui studi komparatif dengan berbagai tempat ibadah di Indonesia yang memiliki daya tarik sebagai tempat wisata, kami melakukan analisis untuk memetakan aspek SWOT yang dimiliki GPIB Marga Mulya. Hasilnya menunjukkan bahwa dari segi kekuatan (streghts), gereja ini memiliki nilai historis panjang yang melintasi berbagai zaman, serta sarat dengan kegiatan kelompok pemuda gereja dinamis. Namun, dari aspek kelemahan (weaknesses), kondisi bangunan kurang terjaga dan dari tata letak citra bangunan sekitar bangunan gereja terkesan eksklusif atau tertutup untuk umum. Dalam hal peluang (opportunities), GPIB Marga Mulya memiliki daya tarik yang kuat untuk dikunjungi wisatawan dan ada peluang untuk melakukan intervensi bagi penguatan pesan sejarah yang dimiliki. Namun dari sisi tantangan (threats), terdapat kebutuhan sumber daya yang cukup besar untuk melakukan revitalisasi sebagai bangunan cagar budaya. Dalam hal ini, hambatan administrasi dan kebutuhan anggaran perlu diantisipasi agar proses revitalisasi berjalan dengan lancar.

2. Perumusan Tujuan Komunikasi Strategis

Perumusan tujuan komunikasi strategis merupakan tahap yang paling penting untuk memahami kebutuhan dan tujuan yang hendak dicapai GPIB Marga Mulya, Yogyakarta. Diskusi awal dengan KMJ dan perwakilan anggota majelis jemaat GPIB Marga Mulya memberikan banyak informasi mengenai perkembangan gereja. Adapun permasalahan yang mengganggu meliputi tata kelola lahan parkir yang perlu dikordinasikan dengan banyak pihak. Selain itu, rencana revitalisasi bangunan cagar budaya juga menjadi perhatian umum.



Gambar 5.

Koordinasi Awal dengan KMJ dan Perwakilan Anggota Majelis Jemaat GPIB Marga Mulya (11 Desember 2023)

Dari temuan pada tahap ini, tim Abdimas merumuskan beberapa tahapan langkah yang dapat menjadi prioritas intervensi. Sedangkan pada tahapan langkah berikutnya memerlukan upaya penguatan sumber daya yang lebih besar, seperti rencana untuk melakukan revitalisasi. Revitalisasi ini perlu melibatkan lebih banyak pihak, terutama pemerintah daerah, sebagai bagian dari kolaborasi yang lebih luas untuk memastikan keberhasilan dan keberlanjutan dari inisiatif pengembangan gereja ramah wisata ini.

3. Perencanaan Strategi dan Analisis Pengembangan

Pada tahap ini tim abdimas melakukan FGD dengan staf kantor gereja dan pemuda gereja. Kami mengumpulkan data mengenai berbagai bentuk pelayanan yang diberikan, serta mengeksplorasi bentuk-bentuk interaksi mereka dengan jemaat maupun wisatawan yang berkunjung. Proses FGD memberikan banyak masukan pada tim abdimas terutama mengenai ide dan perspektif dari masyarakat gereja sendiri. Dalam konteks ini, tim abdimas tidak hanya bertujuan mengumpulkan data tetapi juga mensosialisasikan rencana gereja mengembangkan komunikasi strategisnya. Pada prinsipnya, partisipasi aktif dari mereka justru sangat dibutuhkan untuk kelancaran program selanjutnya.



Gambar 6.

Dokumentasi Pasca FGD dengan KMJ dan Staf Kantor GPIB Marga Mulya (25 Januari 2024)



Gambar 7.

Observasi Arsitektur Bangunan dan Fasilitas GPIB Marga Mulya (25 Januari 2024)

Selain itu, tim abdimas melakukan observasi, yang sangat penting untuk memperbaiki pengamatan sebelumnya agar komprehensif. Dari observasi ini tim abdimas menemukan sejumlah aspek yang perlu dikembangkan dan diperbaiki. Pertama, masih kurangnya prasarana informasi

mengenai gereja terlebih pada aspek historisnya. Selanjutnya, ditemukan beberapa detil struktur bangunan dan desain interior yang sudah bergeser dari pakem bangunan aslinya, gaya arsitektur Hindia-Belanda, dan juga beberapa denah ruangan yang perlu dioptimalisasi dalam penggunaannya.

4. Analisis dan Segmentasi Audiens

Analisis mengenai segmentasi, positioning, dan penargetan ini kami peroleh dengan menggabungkan data dari kajian pustaka dan data primer dari hasil FGD. Hasil olah data dari tahapan ini menunjukkan bahwa setidaknya terdapat tiga motif wisatawan datang ke GPIB Marga Mulya, antara lain ketertarikan akan elemen arsitektur bangunan, aspek historis, dan aspek religiusitas.

5. Pemilihan Media

Proses pemilihan media merupakan hasil dari melibatkan banyak proses pertimbangan, sebagaimana diuraikan tahap-tahap sebelumnya. Pemilihan media adalah proses yang krusial karena perlu menjamin bahwa proses transformasi pesan dan internalisasi, pemaknaan pesan dapat efektif diterima oleh audiens. Dengan mempertimbangkan beberapa aspek seperti audiens, tujuan komunikasi, budaya dan nilai, budget, jangkauan dan frekuensi, keterlibatan dan interaktifitas, kredibilitas dan kepercayaan, serta tren dan teknologi terkini, maka tim abdimas merekomendasikan tiga pilihan media. Adapun tiga pilihan media tersebut antara lain:

- a. Mengkomunikasikan informasi sejarah dengan lebih detail di website maupun media sosial. Dalam hal ini, pemetaan sejarah secara kronologis dan mengaitkannya dengan sejarah Yogyakarta. Untuk meningkatkan visibilitas dan peringkat pencarian di situs pencarian seperti Google, Bing dan/atau Yahoo pada calon wisatawan, disarankan pelatihan Search Engine Optimization (SEO) pada seluruh media digital yang dimiliki dan dikelola GPIB Marga Mulya;
- b. Membuat papan informasi tentang periodisasi sejarah GPIB Marga Mulya;
- c. Mengoptimalkan salah satu ruang untuk difungsikan sebagai tempat penyimpanan atau instalasi barang-barang bersejarah yang dimiliki gereja seperti cawan suci perjamuan, dll.; dan
- d. Mereplikasi *copy* foto-foto bersejarah ke dalam seni lukisan, seperti menduplikasi kehadiran Presiden Soekarno dan Ibu Fatmawati dalam momen misa Natal di GPIB Marga Mulya pada 26 Desember 1946.

6. Dokumen Rencana Komunikasi Strategis GPIB Marga Mulya

Keluaran dari kegiatan ini adalah pembuatan dokumen rencana komunikasi strategis yang bertujuan mendukung pengembangan gereja menjadi ramah wisata. Perencanaan komunikasi merupakan dokumen tertulis yang mengelaborasi mengenai apa saja yang perlu dilakukan dengan apa yang berhubungan dengan komunikasi. Disusun secara inheren, mulai dari pencapaian tujuan, metode dan pesan yang digunakan, penetapan sasaran audiens, mengenai instrumen yang digunakan dan jangka waktu yang dibutuhkan, serta cara untuk mengevaluasi hasil yang diperoleh dalam program, tersebut (Wijaya, 2015).

Pertama, dalam dokumen tersebut tim abdimas setidaknya memberikan masukan berupa penetapan tujuan komunikasi yang didasari oleh visi dan misi organisasi. Tujuan dari perencanaan komunikasi ini adalah untuk memperkenalkan GPIB Marga Mulya sebagai tempat ibadah yang inklusif dan terbuka kepada masyarakat, serta meningkatkan pemahaman mengenai sejarah gereja dan kontribusi gereja bagi umat dan masyarakat luas. Kedua, metode dan pesan yang digunakan, menjangkau audiens dilakukan berdasarkan pencermatan komunikasi organisasi, baik secara internal maupun eksternal, menggunakan media konvensional maupun media baru. Ketiga penetapan audiens, didasarkan pada analisis *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP) yang kemudian digunakan untuk merancang pesan-pesan komunikasi dan strategi berkomunikasi dengan tiga kategori audiens, yaitu yang tertarik pada aspek historis, arsitektur, dan religius. Keempat, penggalan pesan dan naratif mencakup berbagai pesan kunci yang akan disampaikan kepada berbagai pemangku kepentingan. Kelima, tim abdimas dan pihak GPIB Marga Mulya akan memonitoring sekaligus mengevaluasi program ini selama sembilan bulan, mulai dari April hingga Desember 2024.

Catatan Dan Evaluasi Kegiatan

Tim abdimas dalam hal ini telah menyelesaikan penyusunan dokumen rencana komunikasi strategis dan menyerahkannya kepada pihak GPIB Marga Mulya. Dalam konteks ini, seluruh proses perencanaan komunikasi strategis atau tahap satu telah dirampungkan. Meskipun demikian, proses perencanaan komunikasi secara simultan tetap mempersiapkan untuk melangkah berikutnya, yaitu pengoperasian program. Langkah-langkah ini termasuk desain dan pengembangan pesan; perencanaan manajemen; pelatihan implementasi; implemementasi; dan evaluasi program. Untuk menjelaskan lebih rinci, persiapan tahap kedua ini mempertimbangkan hasil evaluasi tahap pertama, yang melibatkan rapat pengajuan program pengembangan komunikasi strategis dalam rapat majelis jemaat. Dalam kesempatan ini, tim abdimas ditunjuk untuk mendampingi KMJ GPIB Marga Mulya mempresentasikan dan mensosialisasikan rencana kebijakan program ini yang diagendakan pada akhir Februari 2024. Adapun hambatan dan tantangan selama melaksanakan kegiatan abdimas ini antara lain keterbatasan pada sumber daya, seperti keterbatasan anggaran, waktu, dan kelengkapan personel yang dapat mempengaruhi kemampuan tim melaksanakan kegiatan abdimas secara optimal. Ke depan, dalam jangka pendek, tim abdimas berkoordinasi dengan pihak GPIB Marga Mulya untuk mengupayakan pemerolehan dana guna membiayai kegiatan abdimas. Terdapat beberapa opsi yang dapat diupayakan, antara lain mengikuti kompetisi hibah abdimas dan menjangking donasi dari jemaat. Sementara itu, pada jangka panjang, tim akan berusaha memperoleh bantuan dana dari pemerintah.

KESIMPULAN

Tujuan kegiatan tim abdimas dengan pihak KMJ GPIB Marga Mulya telah terpenuhi. Dokumen perencanaan komunikasi strategis guna menunjang kebijakan program pengembangan gereja ramah wisata telah dirampungkan. Selama perumusan perencanaan komunikasi strategis, tim abdimas banyak menemukan beberapa temuan, khususnya mengenai dinamika yang ada di dalam komunitas masyarakat gereja. Sebagai bagian dari *civil society*, gereja memiliki peran yang krusial, dan dengan dicanangkan program ini yang bertujuan menjadikan gereja lebih inklusif bagi semua umat, terdapat harapan bahwa hal ini akan memberikan makna lebih terhadap isu-isu multikulturalisme dan toleransi agama dalam konteks tempat ibadah. Selain itu, terdapat potensi pengelolaan sumberdaya yang dimiliki gereja. Harapannya, hal ini nanti dapat membawa dampak positif bagi kemakmuran gereja, baik dari sisi sosial, budaya dan ekonomi. Tentunya, hal ini membutuhkan partisipasi masyarakat gereja secara lebih luas. Fokus tahap berikutnya dalam program pengembangan GPIB Marga Mulya sebagai gereja ramah wisata akan difokuskan pada upaya memperluas partisipasi masyarakat gereja untuk mencapai tujuan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Beni, D. M. (2018). Empowering Community Information Group: Strategic Communication Plan at Communication and Informatics Office of Malang City. 1st International Conference Postgraduate School Universitas Airlangga: Implementation of Climate Change Agreement to Meet Sustainable Development Goals (ICPSUAS 2017), 210–219.
- Fatmawati, F. (2021). Strategi Komunikasi dan Perencanaan Strategi. In Komunikasi Korporat: Teori dan Praktis (pp. 107–119).
- GPIB Marga Mulya Yogyakarta. (2023). Tentang GPIB. <https://Gpibmargamulya.or.Id/Tentang-Gpib/>.
- Helweldery, R. (2014). Gereja dalam Konteks Relasi Negara dan Masyarakat: Sebuah Upaya Memahami Reposisi Peran Politis Gereja. WASKITA, Jurnal Studi Agama Dan Masyarakat, 123–145.
- Puspasari Setyaningrum. (2023, December 18). Sejarah GPIB Marga Mulya, Gereja Protestan Peninggalan Belanda di Kawasan Malioboro. <https://Yogyakarta.Kompas.Com/Read/2023/12/18/222800578/Sejarah-Gpib-Marga-Mulya-Gereja-Protestan-Peninggalan-Belanda-Di-Kawasan?Page=all>.

- Suparno, B. A. (2010). Komunikasi Organisasi: Konsep, Kompleksitas, dan Legitimasi Akademik. *Majalah Ilmiah Komunikasi Dalam Pembangunan (LIPI)*, 15(1), 1-19.
- Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan Strategi Komunikasi dalam Kegiatan Pembangunan. *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi*, 18(1), 53-61.