

INOVASI SOSIAL DALAM PERTUBUHAN BELIA: PERUBAHAN STRATEGIK YANG MENCIPTA NILAI UNGGUL

Oleh: JUFITRI BIN JOHA
Naib Presiden
Majlis Belia Malaysia (MBM)
<http://qptd-spain.blogspot.com>

PENGENALAN

Majlis Belia Malaysia (MBM) merupakan pertubuhan utama yang menaungi 38 badan pertubuhan belia terbesar di Negara ini. MBM yang dulunya dikenali sebagai Majlis Belia Malaya telah bertapak di persada tanah air semenjak 23 Julai 1948 (Fawzi,1980). Walaupun pada asalnya penubuhan MBM adalah bertindak sebagai cawangan World Assembly of Youth (WAY) di Malaysia, namun MBM memainkan peranan dan agenda yang penting untuk membangun dan memajukan belia dalam semua aspek kehidupan merangkumi ekonomi, sosial, mental, fizikal, akhlak dan politik. Selain itu, MBM juga bertindak sebagai lidah rasmi belia untuk memperjuangkan segala isu belia dan masyarakat dan menjadi organisasi masyarakat madani yang berperanan penting dalam ruang demokrasi masyarakat Malaysia.

Begitulah penting dan besarnya peranan MBM dan pertubuhan belia naungannya yang lain seperti GPMS, ABIM, MAYC, 4B, PKPIM, GBB, SABERKAS dan HYO sebagai “conscience of society” atau degup jantung masyarakat (Mustaffa, 1998) yang bukan hanya terhad memperjuangkan isu belia tapi menjadi jurucakap masyarakat atau jurubicara umat. Inilah juga yang turut dipertegaskan oleh Menteri Belia dan Sukan Y.B. Khairy Jamaluddin tentang peranan besar pertubuhan belia dalam beberapa siri ucapatama beliau dalam Majlis Perundingan Belia Negara (MPBN).

MBM dan pertubuhan belia di Malaysia mempunyai sejarah gemilang yang panjang. Tinta dan warkah yang terbatas ini tidak mampu mencoret keseluruhannya cukup sekadar menggambarkan jasa organisasi besar ini dalam melahirkan ramai pimpinan negara dan insan seimbang (istilah yang diperbetulkan oleh Profesor Dzulkifli Razak) yang memberikan sumbangan dan impak yang besar kepada

Agama, Bangsa dan Negara. Inilah antara 'core business' MBM sebagaimana disebut sekumpulan penyelidik Universiti Putra Malaysia tentang peranan MBM,

"In Malaysia, the existence of the Malaysian Youth Council (MYC) as a Non-Governmental Organization (NGOs) to coordinate youth and student organizations reflect the importance and the interest in developing the quality of youth leadership" (Haslinda, 2013).

PENGIKTIRAFAN DAN CABARAN PERTUBUHAN BELIA

Kehadiran Dasar Pembangunan Belia Negara (1997) dan Akta Pertubuhan Belia dan Pembangunan Belia (2007) memperkukuhkan lagi peranan MBM dan pertubuhan belia dalam pembangunan belia negara. Bertitik tolak daripada Akta 668 ini maka bercambahlah persatuan belia tunggal yang merencanakan lagi pembangunan belia negara. Namun selepas beberapa tahun, percambahan ini bersifat fenomena sementara yang menyaksikan sebahagian pertubuhan belia tunggal ini tidak dapat terus bertahan di namun pertubuhan belia yang mempunyai induk terus bertahan walaupun menghadapi cabaran mendapatkan ahli dan penggerak yang komited memimpin pertubuhan belia.

Pertubuhan belia sebagai platform konservatif untuk beraksi secara kolektif dalam membangunkan belia masih relevan dan akan terus relevan di masa hadapan. terbesar MBM mahupun pertubuhan belia yang lain ialah menangani perubahan semasa dalam menyantuni kehendak, citarasa, nyalarasa dan aspirasi tersendiri generasi muda akan kekal relevan sepanjang masa.

MBM sebagai agen penggerak perubahan (Azimi & Turiman, 1997) harus terlebih dahulu berubah dan menyesuaikan diri dengan suasana dan *trend* semasa barulah berupaya untuk menangani, mengurus dan memimpin perubahan.

MBM dan pertubuhan belia sedang dan akan berhadapan dengan cabaran generasi Y dan startup serta kemunculan generasi Z yang sedang membesar. Generasi startup disifatkan oleh Ahmad Naim Jaafar, Pengasas *Young Innovator Studio* sebagai 'invent themselves'. Mereka menentukan cara hidup dan masa depan mereka sendiri dan tidak lagi percaya kepada sistem arus perdana yang tidak meraikan bakat mereka kerana amalan 'standardization' oleh sistem pendidikan nasional. Di sinilah datangnya peranan MBM dan pertubuhan belia sebagai 'informal

educator' dalam kerangka kerja belia sebagai alternatif kepada sistem pendidikan formal. Namun MBM dan pertubuhan belia harus mengambil pendekatan baru yang lebih mesra generasi muda, *cool, happening, funky* dan *hip* dengan mengekalkan nilai lama yang baik seperti keilmuan, bekerja secara kolektif, beragama dan kepedulian sosial bak kata slogan ulama Hindi terkenal Maulana Abu Hasan `Ali al-Nadwi iaitu *al-Jam`u baina al-Qadim al-Salih wa al-Jadid al-Nafi'*, iaitu menghimpunkan antara tradisi lama yang baik dan perkara baru yang bermanfaat.

Generasi muda pada masa hadapan dijangkakan mempunyai sikap 'narcissism' yang lebih mementingkan diri dan individualistik seperti mana yang dirumuskan dalam Bengkel Foresight anjuran MIGHT (sebuah *Think Tank* Kerajaan Malaysia) pada suatu ketika dahulu. Sudah tentu kepentingan terlibat dalam pertubuhan belia sudah tidak dianggap relevan.

Di tambah pula dengan kelesuan dan kebuntuan sesetengah pertubuhan belia yang kering idea untuk menampilkan program-program menarik dan segar (Azimi, Turiman & Ezhar, 2002). Inilah permasalahan *evergreen* yang berlaku sepanjang masa. Namun tidak dinafikan ada pertubuhan belia yang berjaya menampilkan wajah dan *substance* segara yang berjaya menarik penyertaan belia. Contoh jelas kita boleh lihat dalam Anugerah Belia Negara di mana setiap tahun kelihatan pemenang-pemenang di kalangan pertubuhan belia di peringkat akar umbi.

INOVASI DALAM PERTUBUHAN BELIA DAN KERJA BELIA

Dengan mengambil semangat zaman atau *zeitgeist* maka sudah tiba masanya pertubuhan belia yang dipelopori oleh MBM serta kerja belia yang bakal diperluaskan selepas semakan Dasar Belia Negara untuk mengadaptasi elemen inovasi sosial agar terus kekal relevan dan elegen. Inovasi sosial sinonim dalam dunia perniagaan namun teramat wajar jika pertubuhan belia dan kerja belia memanfaatkannya. Perlu diperjelas bahawa perubahan dalam pertubuhan belia dan kerja belia yang didambakan adalah perubahan pendekatan yang menghasilkan dan mempertahankan nilai-nilai baik. Ini bersesuaian dengan definisi inovasi yang dilontarkan oleh Azim dan Dr. Suraya (2010) sebagai *strategic change that creates value*. Kita mahukan perubahan tapi perubahan yang mengekalkan tradisi dan nilai yang baik.

Inovasi dalam konteks pertubuhan belia dan kerja belia pula bermaksud,

Develops the capacity of youth and youth workers for original ideas and action and foster creative achievement that adds value to the quality of work and product (National Youth Agency).

Inovasi sosial dalam pertubuhan belia dan kerja belia diperlukan bagi berhadapan karakter semasa belia khususnya generasi Y, Z dan Alpha yang sedang muncul. Ini adalah kerana mereka berperwatakan *smart*, cerdik, minda terbuka dan *independent* (Greenberg & Weber, 2008). Di samping itu inovasi sosial merupakan konsep yang berkesan untuk pertubuhan belia menghasilkan idea praktikal yang menyelesaikan permasalahan dan isu belia secara kreatif dan membawa nilai ekonomi. Untuk idea yang lebih jelas tentang inovasi sosial, *The Centre for Social Innovation Toronto* telah mendefinisikan sebagai,

“..new ideas that resolve existing social, cultural, economic and environmental challenges for the benefit of people and planet. A true social innovation is system-changing – it permanently alters the perceptions, behaviours and structures that previously gave rise to these challenges” (Garabaghi, 2013).

Konsep inovasi sosial telah diterjemahkan dalam bentuk yang lebih praktikal iaitu *startup*. *Startup* merupakan konsep perniagaan kecil atau keusahawanan sosial yang menyelesaikan masalah belia dan masyarakat dalam masa yang sama mendatangkan pulangan kewangan untuk boleh terus *sustain*. Di Malaysia, Kerajaan telah menubuhkan *Malaysian Global Innovation and Creativity Centre* (MaGIC) bagi mendokong ekosistem keusahawanan dengan mewujudkan dan membantu kemunculan *startup* yang bakal memberikan kesan positif kepada belia dan negara.

Adaptasi inovasi juga berlaku dalam kerja belia agar terus kekal relevan mendekati dan mendidik belia. Zeldon, Camino dan Mook (2005) telah membincangkan cabaran mengadaptasi inovasi dalam pertubuhan khususnya memperkenalkan model inovasi seperti *Youth-adult Partnership* (Y-APSs) lanjutan dari model *Positive Youth Development* (PYD).

MBM DAN INKUBATOR INOVASI BELIA

MBM tidak ketinggalan bersama-sama mengadaptasi konsep inovasi sosial yang telah diintegrasikan dalam agenda *MBM in Business* (MIB). Dalam Majlis Perundingan Belia Negara Sidang 1 Penggal ke-30 2015-2016 pada 30 Mac 2015 yang lepas, MBM telah membentangkan Agenda Belia ASEAN Pasca 2015 dengan menampilkan cadangan Pusat Inovasi Belia (PIB).

PIB merupakan eksperimen inovasi sosial MBM, pertubuhan belia dan pekerja belia bagi menyelesaikan masalah dan isu belia serta kelesuan pertubuhan belia. PIB akan bertindak sebagai:

- a.) Pusat inovasi dan bakat belia;
- b.) Pusat pembelajaran tidak formal;
- c.) Pusat penghakupayaan komuniti;
- d.) Menjana ekonomi belia, persatuan dan PIN;
- e.) Pusat pembentukan akhlak dan syakhsiyyah belia dan;
- f.) Tempat *Hang-out* untuk belia.

PIB juga menggabungkan konsep kerja belia dan inovasi sosial di mana pekerja belia yang ditempatkan untuk menguruskan PIB dan membimbing belia ini mempunyai kelulusan dan latihan kerja belia yang profesional serta memahami idea dan operasi inovasi sosial. PIB dijangka memberikan impak yang positif daripada segi ekonomi dan sosial.

Daripada segi ekonomi ia akan menjana ekonomi belia dan persatuan belia melalui konsep *startup* atau perniagaan kecil yang dimulakan berdasarkan minat dan bakat belia sehingga sampai ke suatu tahap PIB akan boleh beroperasi secara mandiri di mana kos operasi ditanggung oleh belia yang menyertai *startup* ini. Ia juga akan mengelakkan belia luar bandar berhijrah ke bandar sekaligus salah satu solusi kepada penyelesaian isu pengangguran.

Daripada segi impak sosial, PIB akan mengenal pasti bakat dan minat belia untuk dibimbing, diraikan dan disalurkan ke arah yang positif di samping menyelesaikan masalah-masalah setempat melalui konsep keusahawanan sosial.

PIB yang digerakkan ke seluruh Malaysia oleh MBM, Majlis Belia Negeri (MBN) dan Majlis Belia Daerah (MBD) akan bekerjasama dengan Kerajaan Negeri, Pertubuhan Belia Terbaik Negara, MAGIC, *Foresight Young Innovator Studios* dan Yayasan Inovasi Malaysia bagi menggandakan impak dan menggalakkan Strategi Lautan Biru (NBOS). PIB juga boleh dikembangkan ke negara ASEAN yang lain melalui *The Committee of Asean Youth Cooperation (CAYC)*.

PENUTUP

Pertubuhan belia perlukan nafas baru. Idea inovasi sosial wajar dipraktikkan dan diadaptasi oleh pertubuhan belia agar kekal relevan dan mampu menarik minat belia yang sinonim sebagai *the net generation*. MBM akan meneruskan agenda MIB dan inovasi sosial ini dan siri gerak kerja telah dan akan diatitkan bagi merealisasikan agenda yang penting ini termasuk mewujudkan PIB di setiap negeri dan daerah. Perubahan yang didambakan adalah adalah yang memandu ke arah kebaikan yang mencipta dan mengekalkan nilai-nilai unggul dan universal di kalangan belia dan masyarakat.

RUJUKAN

Azim Pawanchik & Suraya Sulaiman (2010) *Leading Innovasian, Embedding Innovation Culture in Malaysian Organizations*, Kuala Lumpur: Alpha Catalyst Consulting.

Azimi Hamzah & Turiman Suandi (1997), *Budaya Cemerlang Dalam Pertubuhan Belia*. (Kertas Kerja dibentangkan di Seminar Pembangunan Ngo Kuala Lumpur anjuran Jabatan Belia dan Wilayah Persekutuan).

Azimi Hamzah, Turiman Suandi & Ezhar Taman (2002) *Persatuan Belia di Malaysia, Perkembangan & Penyerlahan Potensi*, Serdang: UPM.

Fawzi Mohd Basri (1980) *Pergerakan Belia di Malaysia*, Kuala Lumpur: MBM.

Gharabaghi, K. (2013) Social Innovation and Entrepreneurship: Implications for the Field of Child and Youth Care Practice, *Relational Child and Youth Care Practice*, Vol. 26, No.3, pp. 42-51.

Greenberg, E. & Weber, K. (2008) *Generation We*, California: Pachatusan.

Haslinda Abdullah, Siti Maryam Md Nor, Dzulhailmi Dahalan, Azimi Hamzah, Steven Eric Krauss, Ismi Arif, Ezhar Tamam, Turiman Suandi, Nobaya Ahmad & Sarjit Singh (2013) *The Function of MYC in Youth Development in Malaysia*, International Conference on Youth (ICYOUTH 2013), Serdang: IPSAS.

National Youth Agency. *'So, What's New?' Innovation in Youth Work*, Leicester: National Youth Agency.

Zeldin, S., Camino, L., Mook, C. (2005) The Adoption of Innovation in Youth Organizations: Creating the Conditions for Youth-Adult Partnerships, *Journal of Community Psychology*, Vol. 33, No.1, pp. 121-135.