

LAZISMU: NATIONAL ZAKAT MEETING 2014

Kamis, 29-05-2014

PRESS RELEASE

LAZISMU: NATIONAL ZAKAT MEETING 2014

Aspek penting dalam meningkatkan pelayanan zakat, infak dan sedekah (ZIS) adalah bagaimana menjawab kebutuhan *stakeholders* bersamaan dengan tuntutan perubahan yang melingkupi aktivitas filantropi secara inovatif. Untuk itu, kualitas informasi program pemberdayaan dan penggalangan dana ZIS bagi LAZISMU didasarkan kepada sumber data dan informasi yang tepat. Sampai saat ini, salah satu persoalan yang dihadapi adalah terkait reinterpretasi tentang aspek kelembagaan pasca disahkannya PP Nomor 14 Tahun 2014 tentang Pelaksanaan Undang-Undang **Pengelolaan Zakat. Sementara LAZISMU dan jejaring yang ada** di seluruh Indonesia berupaya berbenah dengan konsep dasar keunggulan (*differensiasi*) secara berjamaah.

Di samping itu, dengan menguatnya fenomena *middle class* yang didukung oleh kemajuan teknologi informasi di satu sisi, dan munculnya kesadaran berbagi, maka tuntutan atas ketersediaan informasi ZIS yang memadai mutlak dilakukan artinya sumber-sumber informasi yang akurat itu, nanti mampu diintegrasikan LAZISMU dan jejaring sehingga dapat diakses para pemangku kepentingan.

Untuk membuat irama yang senada, langkah awal yang ditempuh adalah penyegaran (*rebranding*) logo. Penajaman brand ini dilakukan secara berjamaah bersama jejaring, sehingga ada komunikasi keluar yang harapannya mendapat tempat dan dukungan yang kuat baik di kalangan masyarakat dan juga *stakeholders*. Direktur Utama LAZISMU, M. Khoirul Muttaqin mengatakan transformasi sosial yang kian ketat dan kompetitif, menuntut kami untuk memberikan sesuatu yang baru, segar dan egaliter. Namun, secara substansi nilai-nilai filantropi dan keberpihakan menjadi bagian dari kinerja-kinerja LAZISMU secara profesional.

Khoirul menambahkan langkah ini diputuskan, dengan mengingat keberadaan LAZISMU yang tidak berdiri sendiri dan berada dalam lingkaran jejaringnya di dalam Muhammadiyah. Dengan demikian penajaman brand, posisi dan identitas secara kelembagaan telah memperhitungkan beberapa aspeknya yang saling memengaruhi, paparnya.

Selain itu, Direktur Fundraising LAZISMU, Nanang Q. el-Ghazal mengutarakan bahwa sasaran komunikasi awal ini yang dituju pertama kali adalah jejaring. Karena ini merupakan pintu masuk utama dalam komunikasi agar dapat diterima khalayak. Artinya bersama jejaring dan berjamaah LAZISMU memastikan langkah untuk tujuan utama yaitu menyatukan visi dan misi, tandasnya.

Spirit kebersamaan dan kesetaraan tetap menjadi salah satu strategi komunikasi, hal ini selain mendorong potensi jejaring yang tumbuh dari bawah juga mampu menjangkau suara-suara kelompok atau komunitas yang ingin berkontribusi dan berbagi bersama LAZISMU. Hal ini, diakui *Corporate*

Secretary, LAZISMU, Edi Surya bahwa terjalannya komunikasi antar personal dan kelembagaan sangat memengaruhi kegiatan secara kemitraan saat berada di panggung filantropi.

Sementara itu, praktisi komunikasi marketing, M. Arief Budiman mengatakan langkah rebranding yang dilakukan LAZISMU, selain menyegarkan *performance* juga memberikan pesan identitas visual (*visual identity*). "Hal ini bisa dilihat dalam sistem grafis sebagai representasi identitas yang dapat dikenali dari visual. Ke depan komunikasi visual ini akan beradaptasi dengan berbagai media terkait peluang dan tantangannya dalam berinteraksi dengan para komunikan filantropi," katanya.

Arief menambahkan tidak hanya berfungsi sebagai identitas atau pembeda dengan organisasi atau lembaga lain, namun juga untuk membangun *awareness* dan membentuk citra positif sesuai yang dikehendaki. Selain itu, secara internal di organisasi atau lembaga, identitas visual yang baik akan dapat memberikan semangat dan kebanggaan bagi siapapun.

Karenanya, agar capaian komunikasi berjalan lancar, menurut Marketing Komunikasi LAZISMU, Adi Rosadi, identitas visual harus dapat dilakukan secara konsisten dan kontinyu. Untuk itu panduan rebranding mutlak disusun dengan tujuan setiap penempatan logo dan elemen pendukungnya dapat terlihat konsisten sehingga keluar pesan visual dari sebuah identitas lembaga yang kuat berkarakter.

Satu lagi terkait rebranding LAZISMU, yang perlu dikemukakan di sini adalah bagaimana pesan komunikasi pemberdayaan itu mampu menyatukan subjek dan objek. Jika, dalam konsep fikih sedekah diterangkan bahwa orang yang melakukan kebaikan walau hanya dengan sebutir benih, maka Allah SWT akan melipatgandakan ganjaran bagi siapa saja yang dikehendaki-Nya (QS. Al-Baqarah: 261).

Pesan al-Qur'an ini sangat jelas bahwa orang yang dimaksud bukan dalam konteks status sosial, namun yang terjadi selama ini dalam praktiknya hanya orang-orang yang memiliki kelebihan harta. Bukankah sedekah dikeluarkan oleh siapapun dalam rangka untuk beribadah. Padahal salah satu tugas kaum muslimin adalah beramar maruf nahi munkar dan berlomba-lomba dalam kebaikan. Dalam konteks filantropi, tujuan berbagi adalah ingin memberdayakan atau mengangkat derajat orang yang ditolong untuk bangkit agar dapat berdiri, tangguh dan mandiri melanjutkan tugasnya sebagai duta Tuhan.

Oleh karena itu, cara pandang dan kesadaran yang sudah tertanam sampai saat ini perlu diinovasi bahwa dalam konteks berbagi mereka yang kelebihan harta sudah tidak lagi sebagai subjek terhadap kaum dhuafa yang berada sebagai objek. Apabila terus terjadi mereka akan tetap digelayuti situasi malas dan tangan dibawah sehingga sulit menjadi orang yang tangannya siap di atas.

Hanya saja, proses transformasi tersebut membutuhkan waktu yang lama dan kesabaran. Meski demikian, sebagai langkah komunikasi, LAZISMU berupaya melakukan interaksi dengan pendekatan berjamaah. Ibarat sebuah rantai, untuk mencari titik kekuatannya sudah barang tentu mencari terlebih dahulu titik kelemahan rantai tersebut. Jika sudah ditemui, maka sambungan rantai yang lemah itu dirubah dengan yang kuat agar saling keterkaitan antar sambungan agar tetap kokoh.

Begitu juga dengan mereka yang dhuafa, mengangkat mereka menjadi subjek adalah tugas kaum muslimin semua. Terutama dalam konteks ZIS kelompok lemah ini perlu didukung, difasilitasi dan dibantu dengan pendekatan humanis. Inilah tantangan kita semua. Bukankah kekuatan spiritual akan semakin kuat jika dorongan yang mengimpit menjadi daya gedor untuk bangkit, bangun dan menatap masa depan.

Mari kita konfirmasi pesan komunikasi ini dengan QS. At Thaalaq: 7. Yang artinya “Dan barang siapa yang sedang disempitkan rezekinya maka bersedekahlah dari harta yang telah diberikan Allah kepadanya”. Di sini aspek pemberdayaan bisa berasal dari tantangan yang menimpa kita. Hal ini patut kita syukuri bahwa persoalan yang menimpa kita akan berbuah jalan keluar. Perlu dikomunikasikan kembali bahwa hidup ini bukan pencetus segala masalah yang dihadapi manusia. Justeru karena hidup inilah segala sesuatu pasti ada jalan keluarnya. Tanpa ujian dan cobaan sulit bagi kita menemukan makna hidup yang sebenarnya. (LAZISMU)

Jakarta, 25 Mei 2014

LAZISMU

Informasi lebih lanjut:

Ketua Panitia Lokal: 0817447227 (Reinal)

Div. Media & Publikasi: 08159830757 (Author)

Kantor Pusat: Gd. Pusat Dakwah Muhammadiyah

Jl. Menteng Raya. No. 62 Jakarta Pusat

Telp: 021-31 50 400