

**GARIS PANDUAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN**



GARIS PANDUAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

1.0 TUJUAN

- 1.1 Garis Panduan ini bertujuan untuk menerangkan tatacara dan kriteria penggunaan media sosial yang perlu dipatuhi oleh warga Universiti Malaysia Kelantan (UMK) supaya:
 - 1.1.1 Penyebaran dan perkongsian maklumat adalah terkawal;
 - 1.1.2 Mewujudkan keseragaman maklumat;
 - 1.1.3 Memastikan maklumat yang disampaikan adalah jelas dan tepat;
 - 1.1.4 Maklumat yang dipaparkan tidak akan menjejaskan kepentingan perkhidmatan awam dan kedaulatan Negara; dan
 - 1.1.5 Menampilkan imej korporat Universiti.

2.0 LATAR BELAKANG

- 2.1 Media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi terkini yang membolehkan penyebaran dan perkongsian maklumat dilakukan dengan cepat dan meluas menerusi Internet. Ia juga dapat membantu organisasi untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan pelanggan melalui interaksi secara dua hala. Selain itu, media sosial juga boleh dimanfaatkan sebagai saluran yang berkesan untuk mempromosikan inisiatif dan produk Universiti.
- 2.2 Penyebaran dan perkongsian maklumat di media sosial berlaku secara spontan dan terbuka. Sehubungan itu, pemantauan dan pemilihan kandungan untuk dimuat naik ke media sosial melalui Universiti hendaklah dilakukan dengan teliti berdasarkan garis panduan atau tatacara yang ditetapkan. Ini bagi memastikan setiap maklumat yang ingin dikongsi adalah tepat dan tidak menjejaskan kepentingan awam.
- 2.3 MAMPU selaku agensi peneraju pemodenan ICT telah mengeluarkan beberapa garis panduan berhubung pelaksanaan dan penggunaan media sosial di Sektor Awam seperti berikut:
 - 2.3.1 Surat Arahan Ketua Pengarah MAMPU “Amalan Terbaik Penggunaan Media Jaringan Sosial” bertarikh 8 April 2011;

- 2.3.2 Surat Arahan Ketua Pengarah MAMPU “Penggunaan Media Jaringan Sosial Di Sektor Awam” bertarikh 19 November 2009;
- 2.3.3 Garis Panduan Pelaksanaan Blog Bagi Agensi Sektor Awam bertarikh 17 Julai 2009; dan
- 2.3.4 Pekeliling Kemajuan Perkhidmatan Awam Bil. 1 Tahun 2003 “Garis Panduan Mengenai Tatacara Penggunaan Internet dan Mel Elektronik di Agensi-agensi Kerajaan”.

2.4 Sehubungan itu, garis panduan ini disediakan untuk memperkukuhkan lagi pelaksanaan dan penggunaan media sosial di Universiti bagi memastikan ianya berfungsi dengan lebih berkesan.

3.0 TAFSIRAN

3.1 Dalam Garis Panduan ini, tafsiran yang diguna pakai adalah seperti berikut:

- 3.1.1 Media sosial merujuk kepada kemudahan aplikasi Internet yang berupaya untuk menyampaikan kandungan media dan membolehkan interaksi antara pengguna dengan penyedia kandungan; dan
- 3.1.2 Media sosial Universiti adalah merujuk kepada media sosial yang diwujudkan untuk kegunaan rasmi Universiti Malaysia Kelantan, Institut, Pusat Tanggungjawab, fakulti dan jabatan yang diluluskan penggunaannya oleh Naib Canselor atau Pengarah atau Ketua Jabatan atau Dekan yang mengetuainya.

4.0 PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

4.1 Pernyataan dan hebahan kandungan media sosial hendaklah tepat dan tidak menjejaskan kepentingan Universiti. Oleh kerana penyebaran dan perkongsian maklumat di media sosial sering kali berlaku secara spontan dan terbuka, maka tatacara pemilihan muat naik bahan hendaklah dipatuhi semasa membuat pemilihan kandungan media sosial:-

4.2 Setiap hebahan kandungan media sosial yang akan dimuat naik oleh mana-mana Staf, Pelajar, Pekerja Bukan Staf, Pelawat dan Persatuan/kesatuan hendaklah disahkan dahulu ketepatan dan kesahihannya oleh PTj yang berkenaan.

4.3 Kandungan media sosial tidak menyentuh aspek-aspek berikut:-

- 4.3.1 Tidak menjejaskan imej Kerajaan;
- 4.3.2 Tidak bercanggah dengan dasar Kerajaan;
- 4.3.3 Maklumat rahsia Universiti, maklumat peribadi staf, pelajar, alumni atau pihak-pihak yang bekerjasama atau rakan kerjasama Universiti (*University Partners*);
- 4.3.4 Isu-isu sensitif seperti agama, politik, dan perkauman yang boleh menyentuh sensitiviti umum;
- 4.3.5 Unsur-unsur lucah, fitnah, hasutan dan menyalahi undang-undang termasuk dan tidak terhad kepada penyebaran bahan yang membabitkan perjudian senjata dan aktiviti-aktiviti pengganas;
- 4.3.6 Tidak berniat mengaibkan individu/kumpulan tertentu; Bahan-bahan yang mempunyai hakcipta dan harta intelek pihak lain;
- 4.3.7 Iklan-iklan berkaitan perniagaan dan pemasaran di media sosial rasmi Universiti dan media sosial selain daripada media sosial rasmi Universiti hendaklah terlebih dahulu mendapat arahan dan kebenaran Universiti.

4.4 Mematuhi setiap peraturan dan polisi yang dikeluarkan oleh setiap media sosial berkenaan.

4.5 Penggunaan logo Universiti hanya dibenarkan kepada media sosial rasmi milik Universiti sahaja.

5.0 TANGGUNGJAWAB PENGENDALI MEDIA SOSIAL

5.1 Pengendali laman sosial merujuk kepada staf yang telah dipertanggungjawabkan untuk mengemaskini dan memuat naik bahan di akaun rasmi media sosial Universiti atau PTj. Pengendali laman sosial hendaklah memastikan perkara-perkara berikut dipatuhi sepanjang menguruskan akaun rasmi media sosial:-

- 5.1.1 Mengesahkan kesahihan maklumat sebelum dimuat naik;
- 5.1.2 Menyemak dan mengemaskini kandungan media secara berterusan;
- 5.1.3 Menyemak dan memilih foto dan video yang sesuai untuk dimuat naik dan mematuhi kriteria berikut:-
 - a. Foto dan video haruslah berkaitan dengan pelaksanaan program atau acara rasmi Universiti.
 - b. Foto dan video yang dimuatnaik mesti disertakan penerangan (*captions*) yang bersesuaian dan berkaitan; dan
 - c. Foto dan video tersebut hendaklah boleh meningkatkan imej dan nama baik Universiti.
- 5.1.4 Memberi maklum balas kepada pertanyaan selewat-lewatnya dalam tempoh tiga (3) hari bekerja;
- 5.1.5 Memberi maklum balas menggunakan ayat yang lengkap dan menunjukkan profesionalisme dan sekiranya ada kritikan dari pihak luar, jawab dan komen dengan berhemah dan sentiasa menunjukkan rasa hormat kepada semua pihak;
- 5.1.6 Menapis komen, pernyataan atau maklumat daripada pengguna berdasarkan tatacara pemilihan muat naik bahan seperti dinyatakan di perenggan 6 Garis Panduan ini;
- 5.1.7 Memadamkan pautan kepada iklan atau perkhidmatan komersil yang ditawarkan oleh pihak luar atau lain-lain pautan yang tidak berkaitan dengan Universiti.
- 5.1.8 Mengutamakan nama baik dan imej serta rahsia Universiti dalam setiap komen atau pernyataan atau maklumat yang dikongsi di media sosial;

- 5.1.9 Membuat pembetulan atau ralat dan diikuti dengan permohonan maaf kepada mana-mana pihak yang berkenaan secara terbuka sekiranya terdapat kesilapan pada mana-mana hebahan atau maklumat yang telah dimuat naik;
- 5.1.10 Memastikan media sosial hanya digunakan bagi urusan rasmi Universiti sahaja; dan
- 5.1.11 Menggalakkan dan mempromosi penggunaan media sosial Universiti.

6.0 TANGGUNGJAWAB PENGGUNA MEDIA SOSIAL PERIBADI (AKAUN PERIBADI)

6.1 Pengguna media sosial peribadi adalah merujuk kepada staf, pelajar, pekerja bukan staf dan pelawat yang mempunyai kemudahan dan capaian Internet dengan status “Staf UMK” atau “Pelajar UMK”. Pengguna media sosial peribadi hendaklah memastikan perkara-perkara berikut dipatuhi:-

- 6.1.1 Mengutamakan nama baik dan imej serta rahsia Universiti dalam setiap komen atau pernyataan atau maklumat yang dikongsi di media sosial;
- 6.1.2 Membuat pembetulan atau ralat dan diikuti dengan permohonan maaf kepada mana-mana pihak yang berkenaan secara terbuka sekiranya terdapat kesilapan pada mana-mana hebahan atau maklumat yang telah dimuat naik;
- 6.1.3 Sebarang bentuk maklumat yang dikongsi dan disebar melalui media sosial haruslah tidak menjejaskan kepentingan Universiti dan kedaulatan Negara; dan
- 6.1.4 Tidak melibatkan penyebaran maklumat dan dokumen terperingkat.

7.0 TARIKH KUATKUASA

7.1 Garis Panduan ini berkuatkuasa mulai tarikh ia dikeluarkan dan warga UMK haruslah mematuhi.

8.0 KHIDMAT NASIHAT

8.1 Sebarang kemusykilan berkaitan dengan Garis Panduan ini bolehlah dirujuk kepada:-

Pusat Komputeran dan Informatik,
Universiti Malaysia Kelantan, Kampus Kota,
Karung Berkunci 36, Pengkalan Chepa,
16100 Kota Bharu. Kelantan.
Tel.: 09-7717117, Faks: 09-7717172
E-mel: cci@umk.edu.my

9.0 PENUTUP

9.1 Komitmen semua warga UMK untuk berkongsi maklumat akan membuka ruang komunikasi yang lebih luas. Pengendalian media sosial secara profesional amat penting untuk menyebarkan dan berkongsi maklumat dengan orang ramai. Perkongsian ini perlu dilaksanakan dengan mematuhi peraturan dan tatacara yang telah ditetapkan bagi melahirkan perhubungan yang harmoni.