

DASAR **MEDIA SOSIAL UNIVERSITI** EDISI 2016

DASAR
MEDIA SOSIAL UNIVERSITI
EDISI 2016

KANDUNGAN

A.	Mengenai Dokumen	5
B.	Kepentingan Dokumen	5
C.	Objektif Dokumen	5
D.1	Dasar Am	6
D.2	Definisi Pemilik Media Sosial Universiti	6
D.3	Dasar Penguatkuasaan Penampilan	7
D.3.1	Identiti UiTM	7
D.3.2	Penampilan dan Kandungan Laman Media Sosial	7
D.3.3	Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Kampus Negeri UiTM	8
D.3.4	Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Fakulti UiTM	8
D.3.5	Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Pusat Kecemerlangan UiTM	9
D.3.6	Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Jabatan Pentadbiran UiTM	9
D.3.7	Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Entiti yang Berkaitan (Contoh Kolej Bersekutu)	9
D.4	Tanggungjawab Jabatan Web Media, InQKA (JWM)	10
D.4.1	Pematuhan dan Sekatan	10
D.4.2	Pengendalian Aduan	10
D.5	Tanggungjawab Pengguna Laman Media Sosial	11
D.5.1	Tanggungjawab Pemilik Laman Media Sosial	11
D.6	Pengiklanan dan Penggunaan Berhemah	12
D.7	Notis Penafian, Hak Cipta dan Dasar Privasi	13
D.7.1	Notis Penafian bagi Laman Media Sosial Rasmi	13
D.7.2	Notis Penafian bagi Laman Media Sosial yang Menggunapakai Nama 'UiTM' atau Seumpamanya	13
D.7.3	Dasar Privasi	14
D.7.4	Hak Cipta dan Lesen	15

A. MENGENAI DOKUMEN

Dasar berikut diguna pakai pada semua laman media sosial yang menyediakan maklumat rasmi mengenai Universiti Teknologi MARA (UiTM) kepada orang ramai.

B. KEPENTINGAN DOKUMEN

Laman media sosial ini merupakan salah satu saluran penting bagi memperkenalkan UiTM kepada masyarakat dan juga berperanan sebagai medium komunikasi dua hala di antara UiTM dan orang ramai. Pada amnya, laman media sosial UiTM memberi tanggapan awal mengenai universiti kepada pembaca. Untuk memperlihatkan imej yang konsisten dan profesional, adalah penting bagi semua laman media sosial UiTM mengikuti perkembangan semasa yang ditetapkan oleh pihak universiti. Dalam usaha mencapai matlamat ini, adalah penting untuk menghasilkan satu dasar yang standard bagi semua laman media sosial rasmi UiTM.

Dasar ini menerangkan perkara-perkara berikut:

1. Individu atau entiti yang terlibat bertanggungjawab menghasilkan kandungan laman media sosial.
2. Penampilan Laman Media Sosial Rasmi UiTM bagi Kampus Negeri/ Jabatan/ Pusat Kecemerlangan/ Fakulti.
3. Syarat bagi entiti yang berkaitan tetapi berlainan organisasi, sebagai contoh Kolej Bersekutu.
4. Fungsi dan capaian yang dibenarkan.
5. Tanggungjawab Unit Media Sosial, Jabatan Web Media, InQKA UiTM.
6. Tanggungjawab pengguna laman media sosial.
7. Notis penafian, hak cipta dan dasar privasi.

C. OBJEKTIF DOKUMEN

Objektif dasar pengurusan laman media sosial UiTM adalah seperti berikut:

1. untuk menyediakan garis panduan laman media sosial yang standard bagi mempamer dan mempromosikan imej, identiti, kejayaan dan aktiviti UiTM.
2. untuk menyediakan maklumat multimedia yang tepat dan terkini mengenai UiTM, termasuk kerjasama dengan universiti lain yang mudah dicapai oleh warga UiTM dan pihak luar.
3. untuk menjelaskan peranan dan tanggungjawab pihak lain yang terlibat dalam pengurusan kandungan laman media sosial

D.1 DASAR AM

1. Dasar ini mengawal dokumen-dokumen laman media sosial yang dipaparkan pada World Wide Web dari pelayan media sosial Facebook dan Twitter.
2. Laman Media Sosial Rasmi Universiti dan semua Pusat Tanggungjawab perlu mematuhi undang-undang peraturan hak cipta Malaysia, dan juga semua undang-undang tempatan, negeri dan undang-undang persekutuan, serta dasar-dasar, peraturan, dan garis panduan UiTM, termasuk yang dinyatakan di sini.
3. Setiap laman yang mengandungi maklumat peribadi berkaitan fakulti, kakitangan dan pelajar haruslah mematuhi Dasar Privasi UiTM.
4. Dasar ini akan disemak semula secara berkala sebagai tindak balas kepada isu undang-undang dan/atau isu teknologi melalui rundingan dengan entiti yang berkenaan.
5. Sebarang soalan, komen, atau cadangan yang berkaitan dengan dasar ini hendaklah diajukan kepada Unit Media Sosial, Jabatan Web Media (JWM), InQKA UiTM.

D.2 DEFINISI PEMILIK MEDIA SOSIAL UNIVERSITI

PEMILIK LAMAN MEDIA SOSIAL adalah individu yang bertanggungjawab terhadap laman media sosial bagi PTJ masing-masing, contohnya Naib Canselor bertanggungjawab terhadap laman media sosial universiti. Kebiasaannya, pembangunan dan penyelenggaraan laman media sosial akan dilakukan oleh kakitangan pentadbiran ataupun akademik.

MEDIA SOSIAL RASMI UNIVERSITI	PEMILIK MEDIA SOSIAL
Naib Canselor UiTM	Naib Canselor
Universiti Teknologi MARA (Official)	Naib Canselor
Semua Fakulti	Dekan
Semua Kampus Cawangan	Rektor
Semua Pusat Tanggungjawab	Pendaftar/ Bendahari/ Timbalan Naib Canselor/ Penolong Naib Canselor/ Pengarah/ Ketua Jabatan

D.3 DASAR PENGUATKUASAAN PENAMPILAN

D.3.1 Identiti UiTM

Nama atau Logo UiTM mesti diletakkan bersama dengan entiti lain seperti nama PTJ atau gambar yang mempunyai ciri-ciri PTJ di dalam 'Cover Photo' laman media sosial. *Trademark* universiti tidak boleh diubah atau dimanipulasikan dalam apa jua cara.

D.3.2 Penampilan dan Kandungan Laman Media Sosial

1. Semua laman media sosial mesti melengkapkan profil yang diminta oleh Facebook serta meletakkan maklumat pegawai yang bertanggungjawab terhadap laman media sosial tersebut (yang boleh berupa alias atau alamat e-mel rasmi UiTM).
2. Laman media sosial mesti menggunakan nama gelaran atau jawatan khas yang diluluskan oleh UiTM. (Contoh: Penolong Naib Canselor, Dekan atau Rektor)
3. Kandungan pada semua laman media sosial mesti mematuhi Garis Panduan Penggunaan ICT UiTM yang disediakan oleh Pejabat Teknologi Maklumat, UiTM.
4. Sebarang bentuk maklumat yang dikongsi dan disebar melalui media sosial tidak menjejaskan kepentingan UiTM khususnya dan perkhidmatan awam serta kedaulatan Negara amnya.
5. Tidak melibatkan penyebaran maklumat dan dokumen terperingkat.
6. Pemaparan logo UiTM mesti mengikut kelulusan yang terkini berdasarkan "Manual Imej dan Identiti Korporat Universiti" yang diterbitkan oleh Jabatan Komunikasi Korporat (JKK), UiTM.
7. Semua laman media sosial mesti mempunyai pautan kepada penafian, dasar privasi, dan maklumat hak cipta.
8. Semua laman media sosial mempunyai nama Kampus Negeri/ Jabatan/ Pusat Kecemerlangan/ Fakulti di ruangan atas setiap laman di samping nama atau logo UiTM.
9. Semua laman media sosial mesti mempunyai maklumat individu yang boleh dihubungi untuk membolehkan pelawat mendapat maklumat lanjut.
10. Kandungan asal pada laman media sosial dimiliki oleh UiTM (walaupun dihasilkan oleh pembekal luar).
11. Laman media sosial PTJ mesti sentiasa dihubungkan ke laman media sosial rasmi UiTM.

D.3.3 Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Kampus Negeri UiTM

Tambahan kepada dasar yang diterangkan dalam Seksyen D.1, D.3.1 dan D.3.2, dasar berikut terpakai untuk laman media sosial rasmi kampus negeri UiTM:

1. Kampus negeri boleh mewujudkan dasar tambahan kepada dasar ini, selagi ianya tidak bercanggah dengan perkara D.1, D.2, D.3.1 dan D.3.2.
2. Laman media sosial mesti mengandungi maklumat jabatan/pusat pengajian dengan pautan ke laman web yang ditadbir oleh kampus cawangan.
3. Kampus negeri dibenar menyediakan pautan kepada pertubuhan pelajar dan aktiviti kampus yang berkepentingan (sama ada laman rasmi atau tidak rasmi). Laman media sosial tersebut mesti mendapat kelulusan daripada pemilik terlebih dahulu.

D.3.4 Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Fakulti UiTM

Tambahan kepada dasar yang diterangkan dalam Seksyen D.1, D.3.1 dan D.3.2, dasar berikut terpakai untuk laman media sosial rasmi fakulti di UiTM:

1. Laman media sosial mesti mengandungi maklumat jabatan/pusat pengajian dengan pautan ke laman web yang ditadbir oleh fakulti.
2. Laman media sosial fakulti mesti mempunyai maklumat individu yang boleh dihubungi untuk membolehkan pelawat mendapat maklumat lanjut.
3. Fakulti dibenar menyediakan pautan kepada pertubuhan pelajar dan aktiviti kampus yang berkepentingan (sama ada laman rasmi atau tidak rasmi). Laman media sosial tersebut mesti mendapat kelulusan daripada pemilik terlebih dahulu.

D.3.5 Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Pusat Kecemerlangan UiTM

Tambahan kepada dasar yang diterangkan dalam Seksyen D.1, D.3.1, D.3.2 dan D.3.4 (jika mengendalikan program pascasiswazah), dasar berikut terpakai untuk laman media sosial rasmi Pusat Kecemerlangan UiTM:

1. Laman media sosial seharusnya mengandungi maklumat tentang Pusat Kecemerlangan dengan pautan ke laman web yang diselenggara oleh Pusat Kecemerlangan mengenai penyelidikan, ahli-ahli projek penyelidikan, penerbitan dan lain-lain.
2. Laman media sosial Pusat Kecemerlangan mesti mempunyai maklumat individu yang boleh dihubungi untuk membolehkan pelawat mendapat maklumat lanjut.

D.3.6 Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Jabatan Pentadbiran UiTM

Tambahan kepada dasar yang diterangkan dalam Seksyen D.1, D.3.1 dan D.3.2, dasar berikut terpakai untuk laman media sosial rasmi jabatan pentadbiran UiTM:

1. Laman media sosial menerangkan fungsi umum jabatan dan perkhidmatan yang disediakan.
2. Laman media sosial jabatan mesti mempunyai maklumat individu yang boleh dihubungi untuk membolehkan pelawat mendapat maklumat lanjut.

D.3.7 Dasar yang Mengawal Laman Media Sosial Entiti yang Berkaitan (Contoh Kolej Bersekutu)

Semua entiti yang berkaitan tidak boleh menggunakan imej dan identiti UiTM tanpa kebenaran. Mereka hanya boleh mewujudkan pautan ke laman media sosial utama UiTM (Facebook & Twitter).

D.4 TANGGUNGJAWAB JABATAN WEB MEDIA, InQKA (JWM)

D.4.1 Pematuhan dan Sekatan

1. JWM bertanggungjawab memantau semua laman media sosial UiTM agar mematuhi dasar ini dan menerima laporan atau aduan mengenai kemungkinan berlakunya penyalahgunaan.
2. Jika aduan tersebut didapati benar dan laman media sosial berkenaan tidak mematuhi spesifikasi, JWM berhak menyuruh pemilik laman media sosial membuat perubahan selaras dengan dasar yang ditetapkan.
3. Pihak JWM berhak membuat laporan kepada pihak polis dan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia terhadap laman media sosial yang tidak mematuhi dasar ini.
4. Pihak JWM juga akan mengambil tindakan terhadap penyebaran maklumat palsu yang disebar oleh entiti-entiti dalaman dan juga luaran UiTM.

D.4.2 Pengendalian Aduan

D.4.2.1 Aduan dan Dakwaan terhadap Laman Media Sosial Kampus Negeri/ Fakulti/ Pusat Kecemerlangan/ Jabatan Pentadbiran

Aduan pelanggaran dasar mengenai laman media sosial Kampus Negeri/ Fakulti/ Pusat Kecemerlangan/ Jabatan Pentadbiran pada peringkat awalnya akan ditangani oleh JWM melalui perbincangan dengan wakil pemilik laman media sosial. Jika penyelesaian tidak dapat dicapai, perkara tersebut akan dirujuk kepada pemilik laman media sosial sendiri. Jika ianya masih tidak dapat diselesaikan maka JWM berhak mengambil tindakan yang bersesuaian.

D.5 TANGGUNGJAWAB PENGGUNA LAMAN MEDIA SOSIAL

D.5.1 Tanggungjawab Pemilik Laman Media Sosial

1. Kandungan laman media sosial merupakan tanggungjawab pemilik laman media sosial.
2. Pemilik laman media sosial perlu memastikan maklumat tidak bercanggah dengan dasar kerajaan.
3. Pemilik laman media sosial bertanggungjawab memastikan laman media sosial rasmi diselenggara dengan maklumat yang terkini dan sesuai. Maklumat tersebut hendaklah tidak menjangkau tempoh lebih daripada satu minggu.
4. Jika JWM melakukan perubahan terhadap dasar, pemilik laman media sosial perlu memaklumkan perubahan tersebut kepada kumpulan yang terlibat melalui memo, mesyuarat, e-mel, dan sebagainya.
5. Apabila pemilik laman media sosial telah membuat pautan rujukan kepada laman media sosial lain dan laman media sosial tersebut didapati tidak mematuhi dasar, pemilik laman media sosial perlu memastikan bahawa laman media sosial tersebut dinyahpautkan dari laman media sosial mereka sehingga ianya mematuhi dasar.
6. Pemilik laman media sosial bertanggungjawab memastikan semua pautan adalah terkini.
7. Pemilik laman media sosial bertanggungjawab dalam mempromosi dan memberi publisiti terhadap aktiviti dan pencapaian UiTM.
8. Pemilik laman media sosial bertanggungjawab untuk menghapuskan kandungan dan maklumat yang tidak relevan.
9. Pemilik laman media sosial perlu mencari penyelesaian kepada setiap aduan yang diterima dari pengadu dan memberi maklum balas yang mesra pelanggan.

D.6 PENGIKLANAN DAN PENGGUNAAN BERHEMAH

1. Tanpa kebenaran khusus daripada pihak JWM, laman media sosial tidak boleh digunakan untuk tujuan pengiklanan.
 - a. Iklan ditakrifkan sebagai sebarang bahan yang dimuat naik pada laman media sosial, termasuk pautan, logo atau penanda lain, yang mempromosi, mendorong atau menggalakkan secara langsung atau tidak langsung sebarang aktiviti komersil untuk faedah individu atau entiti selain universiti, atau pihak yang menyokong atau memberi cadangan secara langsung atau tidak langsung sesuatu produk, kemudahan atau perkhidmatan yang disediakan oleh individu atau entiti.
 - b. Definisi ini tidak termasuk sokongan atau cadangan yang dimuat naik pada laman media sosial peribadi, dengan syarat tiada cadangan dan pengesahan bahawa universiti dan individu yang bertanggungjawab membuat cadangan tersebut tidak menerima sebarang bayaran, barangan, perkhidmatan, diskaun atau apa-apa sahaja yang bernilai sebagai pulangan/ ganjaran.
2. Laman media sosial universiti atau ruang pelayan media sosial tidak boleh digunakan untuk memohon sumbangan dan/ atau iklan bagi kempen politik.

D.7 NOTIS PENAFIAN, HAK CIPTA DAN DASAR PRIVASI

D.7.1 Notis Penafian bagi Laman Media Sosial Rasmi

Pautan kepada penafian berikut mesti dimasukkan ke dalam semua laman media sosial UiTM:

Maklumat yang terkandung di sini adalah untuk maklumat dan pendidikan semata-mata. Semua maklumat yang dipaparkan dalam talian oleh UiTM tertakluk kepada perubahan tanpa notis. UiTM tidak bertanggungjawab atas sebarang kesilapan atau kerosakan akibat capaian kepada sumber-sumber internet atau penggunaan maklumat yang terkandung di dalamnya. Pelbagai usaha telah dibuat untuk memastikan ketepatan maklumat yang dikemukakan sebagai fakta. Walau bagaimanapun kesilapan mungkin wujud. Pengguna mesti menyemak fakta-fakta apabila ingin menggunakannya dalam aplikasi lain.

D.7.2 Notis Penafian bagi Laman Media Sosial Yang Menggunapakai Nama 'UiTM' atau Seumpamanya

Pautan kepada penafian berikut mesti dimasukkan ke dalam semua laman media sosial PTJ:

Kenyataan, komen atau pendapat yang dinyatakan oleh penulis menggunakan sumber UiTM menjadi tanggungjawab penulis tersebut sepenuhnya, dan tidak semestinya membayangkan pandangan UiTM. UiTM tidak bertanggungjawab terhadap kandungan atau fungsi sebarang sumber yang tidak dimiliki oleh UiTM.

D.7.3 Dasar Privasi

Pautan kepada dasar privasi yang berikut mesti dimasukkan ke dalam semua laman media sosial UiTM:

Dasar privasi ini menetapkan cara Universiti Teknologi MARA (UiTM) menggunakan dan melindungi sebarang maklumat yang anda berikan kepada UiTM apabila anda menggunakan laman media sosial ini. UiTM komited untuk memastikan privasi anda dilindungi. Jika pihak UiTM meminta anda menyediakan maklumat tertentu untuk membolehkan anda dikenal pasti semasa penggunaan laman media sosial ini, maklumat anda terjamin selaras dengan kenyataan privasi ini. UiTM boleh mengubah dasar ini dari semasa ke semasa dengan mengemas kini laman media sosial ini. Anda perlu menyemak laman media sosial ini dari semasa ke semasa untuk memastikan anda berpuas hati dengan sebarang perubahan. Dasar ini berkuat kuasa mulai **1 JULAI 2016**.

Maklumat yang dikumpul

Pihak UiTM mungkin mengumpul maklumat berikut:

- nama dan jawatan
- maklumat untuk dihubungi termasuk alamat e-mel
- maklumat demografik
- maklumat-maklumat lain yang berkaitan dengan kaji selidik pelanggan

Apa yang Dilakukan dengan Maklumat yang Terkumpul

Pihak UiTM memerlukan maklumat ini untuk memahami keperluan anda, seterusnya menyediakan perkhidmatan yang lebih baik untuk anda, dan terutamanya atas alasan-alasan berikut:

- penyimpanan rekod dalaman
- penambahbaikan perkhidmatan
- pengurusan aduan yang berkesan

Keselamatan

UiTM komited untuk memastikan maklumat anda selamat. Bagi mengelakkan capaian tanpa kebenaran atau pendedahan maklumat, pihak universiti telah menyediakan prosedur fizikal, elektronik dan pengurusan untuk melindungi maklumat yang dikumpulkan dalam talian.

Pautan ke Laman Media Sosial Lain

Laman media sosial universiti mungkin mengandungi pautan ke laman media sosial lain yang mempunyai kepentingan. Walau bagaimanapun, apabila anda telah menggunakan pautan ini untuk meninggalkan laman media sosial universiti, anda perlu ambil perhatian bahawa pihak universiti tidak mempunyai sebarang kawalan ke atas laman media sosial tersebut. Oleh itu, pihak universiti tidak bertanggungjawab melindungi dan memberi privasi terhadap sebarang maklumat yang telah anda berikan ketika melawat laman media sosial tersebut dan laman tersebut tidak terikat dengan pernyataan privasi ini. Anda harus berhati-hati dan melihat kenyataan privasi yang diguna pakai untuk laman media sosial yang berkenaan.

Mengawal Maklumat Peribadi

Pihak universiti tidak akan menjual, mengedar atau menyewa maklumat peribadi anda kepada pihak ketiga melainkan setelah mendapat kebenaran atau dikehendaki oleh undang-undang untuk berbuat demikian.

D.7.4 Hak Cipta dan Lesen

1. Pengguna laman media sosial tidak boleh melanggar hak cipta laman media sosial yang mereka sedang gunakan.
2. Pencipta laman media sosial bertanggungjawab mematuhi semua undang-undang hak cipta yang berkaitan, tetapi tidak terhad kepada peraturan yang digariskan oleh Pejabat Teknologi Maklumat dalam Garis Panduan Penggunaan ICT UiTM.
3. Semua laman media sosial perlu mematuhi undang-undang hak cipta dan menghormati harta intelek pihak lain.

**JAWATANKUASA
DASAR MEDIA SOSIAL UNIVERSITI EDISI 2016**

- PENASIHAT** : **Prof Dr. Hajah Roziah Mohd Janor**
Penolong Naib Canselor
Institut Kualiti dan Pengembangan Ilmu (InQKA)
- KETUA** : **Prof Madya Roslina Mohamed Nawi**
Pengarah Web Media
Jabatan Web Media (JWM), InQKA
- AHLI** : **En. Mohd Yusof Mustaffar**
Ketua Media Sosial
Jabatan Web Media (JWM), InQKA
- : **En. Azizian Mohd Sapawi**
Ketua Laman Web
Jabatan Web Media (JWM), InQKA
- : **Cik Norzuraiza Rina Ahmad**
Kordinator Perang Saraf Media & Maklumat
Jabatan Web Media (JWM), InQKA
- : **Dr. Hayati Abd Rahman**
Kordinator Laman Web
Jabatan Web Media (JWM), InQKA
- : **En. Muhamad Riduan Jamil**
Penolong Pegawai Teknologi Maklumat
Jabatan Web Media (JWM), InQKA


**KONSEP DAN REKA BENTUK
DASAR MEDIA SOSIAL UNIVERSITI EDISI 2016**

- PEREKA GRAFIK:** **Puan Noor Sazila Md Sarip**
Penolong Pegawai Penerbitan
Institut Kualiti dan Pengembangan Ilmu (InQKA)



DASAR MEDIA SOSIAL UNIVERSITI EDISI 2016

KONSEP, REKA BENTUK & TERBITAN



Institut Kualiti dan Pengembangan Ilmu (InQKA)
Aras 5, Blok A, Bangunan Akademik 2,
Universiti Teknologi MARA,
40450 Shah Alam, Selangor Darul Ehsan
Tel: +603-5543 5702 Faks: +603-5543 5721