



GARIS PANDUAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL UNIVERSITI MALAYA

1. TUJUAN

Garis Panduan ini disediakan adalah untuk menerangkan penggunaan media sosial yang perlu dipatuhi oleh staf dan pelajar Universiti Malaya.

2. LATAR BELAKANG

(1) Media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi terkini yang membolehkan penyebaran dan perkongsian maklumat dilakukan dengan cepat dan meluas menerusi Internet.

(2) Penggunaan yang meluas ini tidak dapat disekat penggunaannya namun ia perlu dikawal dengan menetapkan had-had yang perlu difahami oleh setiap warga kampus dalam penggunaan rasmi atau peribadi. Justeru, Garis Panduan ini diwujudkan bagi memastikan kemudahan penyampaian maklumat digunakan secara beretika.

(3) Dalam garis panduan ini, media sosial ditafsirkan sebagai kemudahan aplikasi Internet yang membolehkan penyampaian maklumat dan memudahkan interaksi di antara pengguna dan masyarakat. Dalam hal ini media sosial adalah termasuk namun tidak terhad kepada Facebook, Youtube, Twitter dan Instagram.

3. PERATURAN AM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Pemilihan kandungan media sosial hendaklah tepat dan tidak menjejaskan kepentingan awam. Ini kerana penyebaran dan perkongsian maklumat di media sosial berlaku secara *instantaneous* dan terbuka. Perkara berikut hendaklah dipatuhi semasa membuat pemilihan kandungan media sosial:

(1) Pengesahan Maklumat

Setiap hebahan maklumat hendaklah disahkan ketepatan dan kesahihannya.

(2) Muat Naik dan Berkongsi Bahan

Bahan yang dimuat naik hendaklah disemak dahulu serta dipastikan bahawa setiap komen, pernyataan dan perbincangan awam atau maklumat yang dikongsi adalah selaras dengan panduan berikut:

- (a) Tidak mengandungi maklumat rahsia Universiti, maklumat peribadi staf, pelajar dan mana-mana pihak yang berkepentingan dengan Universiti;
- (b) Tidak menyentuh isu-isu sensitif seperti agama, politik dan perkauman yang boleh menyentuh sensitiviti umum;
- (c) Tidak mengandungi unsur lucah;
- (d) Tidak mengandungi unsur fitnah, hasutan dan menyalahi undang-undang termasuk dan tidak terhad kepada penyebaran bahan yang membabitkan perjudian, senjata dan aktiviti-aktiviti penganas;
- (e) Tidak berniat mengaibkan individu/kumpulan tertentu;
- (f) Tidak memuat naik bahan yang mempunyai hakcipta dan harta intelek pihak lain dengan pihak Universiti;
- (g) Penggunaan logo Universiti hanya dibenarkan kepada laman media atau saluran rasmi Universiti sahaja;
- (h) Mematuhi setiap peraturan dan polisi yang dikeluarkan oleh setiap laman sosial; dan
- (i) Tidak mengandungi unsur-unsur pengiklanan oleh pihak luar.

4. TANGGUNGJAWAB PENGENDALI MEDIA SOSIAL

Pengendali media sosial merujuk kepada staf yang telah dipertanggungjawabkan untuk mengemaskini dan memuatnaik bahan di akaun rasmi media sosial di Pusat Tanggungjawab (PTj) di Universiti Malaya. Pengendali media sosial hendaklah memastikan perkara berikut dipatuhi semasa menggendali akaun media sosial:

- (1) Menyemak dan mengemaskini kandungan media sosial secara berterusan;
- (2) Menyemak dan memilih foto/ video yang sesuai untuk dimuat naik;
- (3) Memberi maklum balas kepada pertanyaan selewat-lewatnya dalam tempoh tiga (3) hari bekerja;
- (4) Menggunakan ayat yang lengkap dan jelas maksudnya dan menunjukkan profesionalisme serta mesra, berhemah dan menunjukkan rasa hormat dalam setiap hebahan;
- (5) Menapis komen, pernyataan atau maklumat daripada pengguna berdasarkan tatacara pemilihan muat naik bahan;
- (6) Memadamkan pautan kepada iklan atau perkhidmatan komersial yang ditawarkan oleh pihak luar atau lain-lain pautan yang tidak berkaitan dengan Universiti Malaya;
- (7) Setiap hebahan maklumat yang hendak dibuat, mestilah disahkan ketepatan dan kesahihannya serta memaparkan sumber rujukan asal;
- (8) Perhatian perlu diberi ke atas setiap komen/ pernyataan atau maklumat yang dikongsi di media sosial bagi menjaga imej dan rahsia Universiti Malaya;
- (9) Gunakan pembetulan atau ralat sekiranya menyedari terdapat kesilapan di dalam setiap hebahan dan memohon maaf kepada pihak-pihak yang berkaitan secara terbuka;
- (10) Menggunakan media sosial hanya bagi urusan rasmi Jabatan sahaja; dan
- (11) Menggalakkan dan mempromosikan penggunaan media sosial Universiti Malaya.

5. TANGGUNGJAWAB PENGGUNA AKAUN PERIBADI MEDIA SOSIAL

Pengguna akaun peribadi media sosial merujuk kepada staf/pelajar dan individu-individu lain yang diberi kemudahan asas kepada Internet dan yang mempunyai akaun media sosial.

- (1) Pengguna akaun peribadi hendaklah mematuhi setiap peraturan dan polisi yang ditetapkan oleh setiap laman sosial.
- (2) Pengguna adalah **dilarang** daripada melakukan sebarang aktiviti yang melanggar tatacara penggunaan media sosial seperti berikut:
 - (a) Memuatnaik, berkongsi maklumat, pautan, gambar, video atau apa jua unsur aktiviti jenayah seperti menyebarkan bahan yang membabitkan perjudian, senjata dan aktiviti-aktiviti pengganas yang mencetuskan panik dan huru-hara; dan
 - (b) Penggunaan logo Universiti hanya dibenarkan kepada laman media atau saluran rasmi Universiti sahaja.
- (3) Pengkongsian maklumat oleh pengguna akaun peribadi adalah dianggap pendapat peribadi dan tidak mewakili Universiti

6. HAKCIPTA TERPELIHARA

- (1) Semua hakcipta Universiti Malaya dan kandungannya termasuk maklumat, teks, imej, grafik, logo, fail audio, fail video dan susunan bahan-bahannya adalah kepunyaan Universiti Malaya kecuali yang dinyatakan sebaliknya.
- (2) Pengendali media sosial Universiti Malaya hendaklah memastikan hakcipta dari mana-mana sumber luar yang bukan milik Universiti Malaya tidak digunakan tanpa kebenaran pihak yang berkenaan.
- (3) Penyalahgunaan kemudahan Internet yang disediakan untuk penggunaan media sosial boleh dikenakan tindakan berdasarkan beberapa Undang-undang Malaysia dan Undang-undang yang sedia ada.

7. TARIKH KUATKUASA

Garis panduan ini akan berkuatkuasa serta-merta pada 13 Januari 2016 dan haruslah dipatuhi oleh semua staf dan pelajar.

8. PENUTUP

- (1) Pengendalian media sosial secara profesional amat penting untuk menyebarkan dan berkongsi maklumat dengan masyarakat luar. Perkongsian ini perlu dilaksanakan dengan mematuhi garis panduan yang telah ditetapkan bagi melahirkan perhubungan yang harmoni, sekaligus dapat mempromosikan Universiti Malaya secara positif di peringkat global.

- (2) Sekiranya terdapat sebarang pertanyaan lanjut mengenai garis panduan ini atau perkara-perkara yang dinyatakan dalam garis panduan ini, boleh merujuk kepada:

Pengarah, Pejabat Komunikasi Korporat (CCO)

Aras L, Bangunan Canseleri

Universiti Malaya

50603 Kuala Lumpur

Malaysia

Tel : 603-7967 3238

Faks : 603-79560027

Emel: corporate@um.edu.my
