



JABATAN
PENERANGAN
MALAYSIA

MANUAL PERHUBUNGAN AWAM





MANUAL PERHUBUNGAN AWAM

Anda juga boleh mendapatkan buku Manual Perhubungan Awam versi digital menerusi telefon pintar melalui kod QR Jabatan Penerangan Malaysia



Cara penggunaan kod QR melalui telefon pintar

1. Muat turun dan lakukan instalasi aplikasi *QR Reader* yang bersesuaian dengan telefon pintar (*smartphone*) anda.
2. Anda akan terus dibawa ke laman web rasmi Jabatan Penerangan Malaysia.
3. Kandungan Manual Perhubungan Awam boleh dimuat turun di laman web Jabatan Penerangan Malaysia.

Diterbitkan oleh:

Jabatan Penerangan Malaysia

Laman web : <http://www.penerangan.gov.my>

E-mel : webmaster@inform.gov.my

Maklumat dikemaskini sehingga Julai 2020

Rekabentuk dan dicetak oleh:

Percetakan Mesbah Sdn. Bhd.

ISI KANDUNGAN

PENDAHULUAN

iv

VISI, MISI, OBJEKTIF DAN FUNGSI

v

SEKTOR HAL EHWAL KORPORAT

I	Pengurusan Media	5
II	Pemantauan Media	21
III	Pengurusan Kualiti	25
IV	Pemantapan Imej	29
V	Pengurusan Acara	41
VI	Pengurusan Lawatan Rasmi dan Kunjungan Hormat	49

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

I	Pengurusan Aduan Awam	55
II	Pengurusan Isu	61
III	Pengurusan Pelanggan	65
IV	Pengurusan Risiko	69
V	Promosi dan Publisiti	73
VI	Pengurusan Penerbitan	91
VII	Pengurusan Kandungan Digital	97



PENDAHULUAN

Manual Perhubungan Awam terbitan Jabatan Penerangan Malaysia diterbitkan bertujuan untuk menyediakan garis panduan, rujukan serta maklumat asas kepada Pengamal Perhubungan Awam Kerajaan dalam melaksanakan tugas harian. Unit Komunikasi Korporat telah ditubuhkan hampir di keseluruhan kementerian, jabatan dan agensi kerajaan. Unit ini berperanan dan bertanggungjawab dalam menguruskan hal ehwal korporat, perhubungan awam serta pengurusan pelanggan. Justeru, manual ini memberi panduan jelas tentang peranan dan tanggungjawab Pegawai Perhubungan Awam secara berperingkat berdasarkan topik-topik yang telah disusun.

Setiap pertanyaan mengenai Manual Perhubungan Awam ini boleh ditujukan kepada:

Pengarah
Bahagian Media dan Komunikasi Korporat
Jabatan Penerangan Malaysia

Aras 10
No. 49 Persiaran Perdana Presint 4
62100 Putrajaya
☎ 03-8911 7353
📠 03-8911 7525/7544
✉ bmkk@inform.gov.my

Jabatan Penerangan Malaysia merakamkan penghargaan serta ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi kerjasama bagi menerbitkan Manual Perhubungan Awam ini.

VISI

Memacu Kecendekiaan Dalam Masyarakat
(Membina Masyarakat Terhubung dan Berinformasi)

MISI

Menterjemah dan memasar maklumat kerajaan melalui pelbagai kaedah komunikasi yang strategik dan berkesan selari dengan perkembangan ekosistem semasa.

OBJEKTIF OPERASI

Membina Komunikasi, Memasar Informasi dan Membentuk Persepsi melalui strategi:

- ▶ **ADVOCACY**
Mempengaruhi pendapat awam dan meyakinkan rakyat terhadap falsafah, dasar dan wawasan negara.
- ▶ **ENGAGEMENT**
Membina jaringan komunikasi dan interaksi dengan kumpulan sasaran ke arah pemasaran maklumat yang meluas.
- ▶ **OUTREACH**
Melaksana program turun padang bagi mendekati kumpulan sasaran terutamanya yang tinggal di kawasan luar bandar dan pedalaman.
- ▶ **BIG DATA ANALYTIC**
Memantau dan mengumpul serta membuat analisis data-data penting sebagai asas dalam merangka perancangan pelan strategik komunikasi bagi menjayakan keberkesanan pemasaran maklumat kerajaan dan juga menangani isu-isu semasa.

OBJEKTIF UMUM

- ▶ Meningkatkan kesedaran dan kefahaman rakyat terhadap dasar, program dan inisiatif kerajaan.
- ▶ Meningkatkan penerimaan, keyakinan, sokongan dan penglibatan rakyat dalam menjayakan dasar, program dan inisiatif kerajaan.
- ▶ Bersatu padu, berilmu dan berintegriti.
- ▶ Membantu memupuk dan meningkatkan semangat cintakan negara ke arah membina negara yang aman sejahtera, progresif dan dinamik serta menikmati kemakmuran bersama.

FUNGSI ORGANISASI

- ▶ Memasar maklumat dasar-dasar negara untuk meningkatkan kefahaman dan sokongan rakyat kepada kerajaan semasa
- ▶ Memperluas jaringan hubungan komunikasi menerusi pelbagai program komunikasi bersemuka
- ▶ Membangun kandungan digital yang kreatif dan inovatif mengenai dasar-dasar negara melalui platform media sosial
- ▶ Menghasilkan bahan penerbitan dan bahan komunikasi visual mengenai dasar-dasar negara
- ▶ Memantau dan mengurus isu-isu semasa untuk meningkatkan lagi kecukupan perkhidmatan kerajaan kepada rakyat
- ▶ Menyediakan khidmat pengurusan kepada media dan perkhidmatan perundingan perhubungan awam kepada agensi kerajaan
- ▶ Mengurus khidmat sokongan bagi pengurusan dan pentadbiran meliputi sumber manusia, kewangan, pembangunan dan khidmat teknikal

MANUAL PERHUBUNGAN AWAM

AM

Penerbitan buku Manual Perhubungan Awam Jabatan Penerangan Malaysia bertujuan memberi garis panduan, rujukan dan maklumat asas kepada para pengamal perhubungan awam dalam melaksanakan tugas harian bagi meningkatkan keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan awam. Pada kelazimannya amalan perhubungan awam terbahagi kepada dua (2) sektor utama iaitu:

SEKTOR HAL EHWAL KORPORAT

- i. Pengurusan Media
- ii. Pemantauan Media
- iii. Pengurusan Kualiti
- iv. Pemantapan Imej
- v. Pengurusan Acara
- vi. Pengurusan Lawatan Rasmi dan Kunjungan Hormat

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

- i. Pengurusan Aduan Awam
- ii. Pengurusan Pelanggan
- iii. Pengurusan Isu
- iv. Pengurusan Risiko
- v. Promosi dan Publisiti
- vi. Pengurusan Penerbitan
- vii. Pengurusan Kandungan Digital

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL KORPORAT



Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL **KORPORAT**

Pengurusan Media

PENGURUSAN MEDIA

Pengurusan media ini akan memberikan fokus kepada empat (4) topik iaitu:

- i. Perhubungan Media;
- ii. Penulisan Media;
- iii. Pengurusan Sidang Media; dan
- iv. Pengurusan Pusat Media.

I. PERHUBUNGAN MEDIA

Medium atau saluran perhubungan media yang digunakan untuk menghubungkan antara pihak Kerajaan dengan pihak media ialah :

- a. **Media Konvensional** – merupakan media cetak dan elektronik.
- b. **Media Dalam Talian (*Online*)** – merupakan media dalam talian yang boleh diakses seperti portal berita dan laman sesawang.
- c. **Media Sosial/Siber** – merupakan kaedah penyebaran maklumat dengan pantas dan *real time* secara kolektif yang melibatkan interaksi seperti aplikasi Facebook, Twitter, WhatsApp, Youtube dan sebagainya.
- d. **Media Engagement** – merupakan pelaksanaan aktiviti-aktiviti yang melibatkan pengamal media sebagai sasaran bagi meningkatkan jaringan komunikasi strategik antara Kementerian/Jabatan/Agensi dengan agensi media.

II. PENULISAN MEDIA

a) Siaran Media

Merupakan suatu penulisan ringkas yang padat bagi menyampaikan maklumat berkaitan aktiviti, perkhidmatan, produk, pencapaian, individu dan lain-lain yang mempunyai nilai berita dan menarik untuk sebaran media. Siaran media amat penting untuk dijadikan panduan kepada media bagi mendapatkan maklumat yang tepat dan sahih.

Siaran Media perlu mempunyai struktur seperti berikut:

1. Kepala surat yang mengandungi nama Kementerian/Jabatan/Agensi, butiran perhubungan seperti nombor telefon/faksimili, e-mel dan alamat laman sesawang.
2. **SIARAN MEDIA (*PRESS RELEASE*)** dalam huruf besar dan dihitamkan.
3. Tajuk hendaklah ditulis dalam huruf besar dan dihitamkan (ringkas dan menarik perhatian).
4. Kandungan Siaran Media kebiasaannya mengandungi jawapan kepada soalan 5W, 1H – **Who** (siapa), **What** (apa), **Where** (di mana), **When** (bila) dan **Why** (kenapa) serta **How** (bagaimana) mengikut kesesuaian acara.
5. Maklumat dalam perenggan ini mesti berbentuk informatif yang boleh menarik perhatian media.
6. Perenggan yang terakhir mempunyai ringkasan kenyataan dan maklumat perhubungan dengan jelas seperti nama, nombor telefon dan e-mel, sekiranya pihak media ingin mendapatkan maklumat lanjut berkaitan program.
7. Menyediakan versi dwibahasa iaitu Bahasa Melayu dan Bahasa Inggeris mengikut kesesuaian acara.
8. Gambar dan siaran media harus diletakkan di dalam fail yang berasingan sebelum e-mel dihantar kepada pihak media bagi memastikan kualiti gambar tidak terjejas.
9. Nyatakan tarikh dan masa bagi **EMBARGO** atau **SIARAN SERTA-MERTA**.
10. Menyatakan nama pegawai yang boleh dihubungi.

11. Sila nyatakan sumber atau nama pegawai yang bertanggungjawab terhadap sesuatu program dalam siaran media tersebut.
12. Siaran Media boleh dihantar melalui faks, e-mel dan disertakan di dalam Kit Media (*Press Kit*).

b) Kenyataan Media

Merupakan suatu kenyataan kepada orang awam untuk memberi penerangan tentang program atau isu bagi mendapatkan sokongan masyarakat. Selain itu, Kenyataan Media juga digunakan bagi membetulkan salah liputan dan tanggapan serta memberi penjelasan atau pencerahan situasi sebenar dalam pengurusan krisis.

c) Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang (*Note to Editor*)

Merupakan maklumat dan jemputan kepada media untuk membuat liputan (berita dan foto) mengenai acara/aktiviti/isu/peristiwa yang dijalankan penganjur.

- ▶ **Embargo** (sekiranya perlu)
Merupakan satu penetapan masa atau tarikh untuk siaran yang harus dipatuhi oleh para pengamal media sebelum hebahan maklumat kepada umum.
- ▶ **Foto Kapsyen**
Merupakan keterangan gambar yang dihantar oleh Kementerian/Jabatan/Agensi sebagai maklumat kepada pengamal media untuk siaran/penerbitan.
- ▶ **Rencana/Penulisan Khas**
Merupakan penulisan sesuatu peristiwa, isu atau maklumat yang dihantar kepada media untuk diterbitkan.
- ▶ **Ralat**
Merupakan satu pembetulan kepada media mengenai sebarang kesilapan terhadap Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang yang telah dihantar.

INFO

e-press adalah sistem yang digunakan sebagai penyaluran maklumat kepada media melalui Jemputan Media / Nota Kepada Pengarang dan siaran media yang dimuat naik.
(<http://epress.penerangan.gov.my>)

III. PENGURUSAN SIDANG MEDIA

Senarai semak dalam melaksanakan pengurusan Sidang Media:

BIL.	PERKARA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN DIRUJUK
1.	Tajuk/Isu Memberi tajuk yang bertepatan mengikut program dan isu Sidang Media.	Ketua Jabatan / Pengarah
2.	Penyediaan <i>Talking Point</i> Sebagai panduan kepada pihak pengurusan berkaitan program/ acara	KKK
3.	Jemputan dan Pengesahan Kehadiran Media Mengeluarkan Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang dan membuat pengesahan kehadiran bagi media yang akan membuat liputan semasa Sidang Media.	PPA
4.	Pendaftaran Menyediakan Buku Pendaftaran Media sebagai rekod maklumat media	PPA
5.	Lokasi Memilih lokasi yang bersesuaian mengikut program yang dilaksanakan.	KKK
6.	Logistik & Protokol (jika perlu) Keperluan logistik seperti meja, kerusi, alat siar raya, <i>banner</i> , <i>bunting</i> dan sebagainya. Susunan kekananan tempat duduk semasa Sidang Media mengikut protokol.	KKK/PPA
7.	Kit Media (<i>Press Kit</i>) Merupakan input yang disediakan oleh penganjur berkaitan program yang dilaksanakan.	KKK/PPA
8.	Jurucakap Mengenal pasti jurucakap dari pihak pengurusan.	KKK/PPA
9.	<i>Backdrop</i> Merupakan latar pentas yang mengandungi tajuk Sidang Media dan nama tetamu kehormat.	KKK/PPA
10.	Juruacara Menyediakan juruacara atau moderator.	KKK/PPA
11.	Liputan Foto dan Video Sebagai satu sumber maklumat bagi rekod dan dokumentasi Sidang Media yang dilaksanakan.	PPA
12.	Muat Naik Penulisan dan Foto Memuat naik maklumat berkaitan Sidang Media ke laman sesawang/media sosial.	PPA
13.	Dokumentasi Menyediakan album foto Sidang Media sebagai dokumentasi.	PPA

IV. PENGURUSAN PUSAT MEDIA

a) Pusat Media Bencana

Jabatan Penerangan Malaysia telah menerbitkan buku **Peraturan Tetap Operasi Pengendalian Pusat Media Bencana** sebagai rujukan dalam mengoperasikan Pusat Media semasa kejadian bencana berdasarkan Arahan Majlis Keselamatan Negara (MKN) No. 20.

b) Pusat Media Acara

Pusat Media Acara akan beroperasi sekiranya terdapat permintaan daripada penganjur mengenai sesuatu acara/program rasmi yang dilaksanakan di peringkat Antarabangsa/Kebangsaan/Negeri. Pusat Media Acara membantu pihak media dalam dan luar negara mendapatkan maklumat berkaitan sesuatu acara dengan cepat, tepat dan sahih daripada penganjur.

c) Proses Kerja Pengurusan Pusat Media

Bil.	PERKARA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN / DIRUJUK
1.	Terima arahan daripada Pengurusan Atasan.	KKK
2.	Mengenal pasti program atau isu yang berkaitan.	KKK
3.	Menyediakan Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang/Siaran Media/Kenyataan Media dan menyediakan tempat untuk Sidang Media.	KKK/PPA
4.	Membuat semakan Siaran Media dan memastikan tempat untuk Sidang Media.	KKK/PPA
5.	Dapatkan pengesahan daripada Ketua Jabatan atau Setiausaha Akhbar (SUA) untuk Siaran Media/Kenyataan Media sebelum diedarkan kepada media massa.	KKK
6.	Memantau dan memastikan penyediaan Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang, Siaran Media dan pengendalian Sidang Media dilaksanakan dengan baik.	KKK/PPA

d) Senarai Tindakan Pengurusan Pusat Media

BIL.	PERKARA	TINDAKAN
1.	Kenal Pasti	Kenal pasti kawasan yang sesuai bagi tujuan penubuhan Pusat Media.
2.	Jaringan Komunikasi	Kukuhkan jaringan komunikasi di peringkat pengurusan pusat media yang terdiri daripada: ▶ Senarai Perhubungan Kementerian/Jabatan/Agensi di peringkat Daerah, Negeri dan Pusat. ▶ Senarai Perhubungan Media Daerah, Negeri dan Pusat. ▶ Menggunakan medium aplikasi telefon, faks dan e-mel.
3.	Logistik	Memastikan keperluan dan kelengkapan Pusat Media disediakan dan diselenggara dengan baik.
4.	Pelaksanaan	Mengarahkan pasukan petugas media ke lokasi: ▶ Peringkat Daerah : Pegawai Penerangan Daerah, Pembantu Penerangan dan Juru Audio Visual. ▶ Peringkat Negeri : Penolong Pengarah, Pegawai Perhubungan Awam, Penyelaras Media, Pembantu Penerangan, Jurufoto, Penolong Pegawai Teknologi Maklumat dan Penyelia Juru Audio Visual. ▶ Peringkat Pusat : Bahagian Media Komunikasi Korporat, Bahagian Perkhidmatan Komunikasi dan Pembangunan Masyarakat, Bahagian Gerak Saraf dan Pengurusan Isu, Bahagian Khidmat Pengurusan dan Kewangan, Bahagian Teknologi Digital dan Bahagian Komunikasi Visual dan Seni Reka.
5.	Wujud Pusat Media	▶ Pusat Maklumat Rakyat, Pejabat Penerangan Daerah dijadikan sebagai pusat media. ▶ Menyediakan keperluan ruang, peralatan teknikal dan ICT, peralatan rekod dan dokumentasi, kelengkapan perabot dan kelengkapan lain. ▶ Mengaktifkan Pusat Media.
6.	Pengurusan Media	▶ Menyedia dan mengeluarkan Siaran Media mengenai pembukaan Pusat Media. ▶ Mendaftarkan semua petugas media yang membuat liputan di Buku Pendaftaran Media. ▶ Menyedia dan mengeluarkan Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang berkaitan aktiviti/program Kementerian/Jabatan/ Agensi. ▶ Petugas Pusat Media mengelak daripada mengeluarkan sebarang kenyataan kepada pihak media. ▶ Mengadakan Sidang Media (jika perlu). ▶ Mengurus Liputan Foto (berserta kapsyen) oleh Jabatan Penerangan untuk disebarkan kepada media massa. ▶ Menyelaras liputan oleh Media Rasmi (Jurufoto Jabatan Penerangan, BERNAMA, Radio Televisyen Malaysia (RTM), dan Perbadanan Kemajuan Filem Nasional (FINAS).
7.	Waktu Operasi	8.00 pagi hingga 12.00 malam (situasi biasa).

8.	Laporan	Menyediakan laporan : ► Laporan <i>Real Time</i> menggunakan WhatsApp – kronologi, gambar berkapsyen berkenaan lawatan pemimpin negara dan situasi semasa kepada group PPA Negeri, Pengurusan Negeri dan Pengurusan Tertinggi Jabatan. Menyediakan Laporan Harian Pusat Media.
9.	Pembubaran	Selepas menerima arahan, pusat media dibubarkan dengan mengeluarkan Siaran Media.
10.	Susulan	► Tindakan susulan menerusi, pemantauan berterusan oleh Jabatan Penerangan Negeri. ► Laporan keseluruhan dikemukakan kepada Pengurusan Tertinggi Ibu Pejabat oleh Pengarah Penerangan Negeri.
11.	<i>Post Mortem</i>	Jabatan Penerangan Negeri perlu mengadakan <i>post mortem</i> dan mengemukakan laporan penambahbaikan Pusat Media.



e) Contoh Siaran Media



JABATAN
PENERANGAN
MALAYSIA



KEMENTERIAN KOMUNIKASI
DAN MULTIMEDIA MALAYSIA



SIARAN MEDIA

ACARA PERBARISAN DAN PERARAKAN HARI KEBANGSAAN 2019

PUTRAJAYA, 31 OGOS 2019 - Dataran Putrajaya, Wilayah Persekutuan Putrajaya sekali lagi telah dipilih sebagai tuan rumah bagi Acara Perbarisan dan Perarakan Hari Kebangsaan 2019 pada tahun ini. Pemilihan tema **“SAYANGI MALAYSIAKU : MALAYSIA BERSIH”** adalah bertepatan dengan semangat cintakan Negara dan usaha Kerajaan Pakatan Harapan untuk membudayakan tadbir urus negara yang baik, berintegriti tinggi serta menolak secara total amalan jenayah rasuah.

Pada tahun ini, Kebawah Duli Yang Maha Mulia Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong XVI Al-Sultan Abdullah Ri'ayatuddin Al-Mustafa Billah Shah Ibni Sultan Hj Ahmad Shah Al-Musta'in Billah bersama Kebawah Duli Yang Maha Mulia Seri Paduka Baginda Raja Permaisuri Agong Tunku Hajah Azizah Aminah Maimunah Iskandariah Binti Almarhum Al-Mutawakkil Alallah Sultan Iskandar Al-Haj telah berkenan berangkat mencemar duli untuk bersama-sama rakyat meraikan sambutan Hari Kebangsaan 2019.

Turut hadir ialah YAB Tun Dr Mahathir Mohamad, Perdana Menteri bersama YABhg. Tun Dr. Siti Hasmah Mohd Ali, YAB Datuk Seri Dr. Wan Azizah Wan Ismail, Timbalan Perdana Menteri bersama YABhg. Datuk Seri Anwar bin Ibrahim, Menteri dan Timbalan Menteri Kabinet, Menteri-menteri Besar, Duta-duta asing di Malaysia dan lain-lain Pegawai Tinggi Kerajaan Persekutuan dan Negeri.

Dianggarkan seramai **300,000 orang** pengunjung yang terdiri daripada pelbagai kaum dan bangsa telah membanjiri Dataran Putrajaya pada hari ini untuk menzahirkan rasa cinta kepada Negara dengan bersama-sama hadir meraikan sambutan Hari Kebangsaan 2019. Pengunjung yang hadir seawal 6.00 pagi dilihat begitu teruja dengan acara-acara yang telah diatur. Turut kelihatan pelancong-pelancong asing yang tidak melepaskan peluang untuk menyaksikan acara bersejarah pada hari ini.

Program Sambutan Hari Kebangsaan dan Hari Malaysia 2019 kali ini telah dipengerusikan oleh **YB Tuan Gobind Singh Deo, Menteri Komunikasi dan Multimedia**. Manakala bagi Acara Perbarisan dan Perarakan Hari Kebangsaan 2019 telah diurus setiakkan oleh Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM) dengan garapan dan penyelarasan persembahan yang diketuai oleh Jabatan Kebudayaan dan Kesenian Negara (JKKN) bersama-sama dengan penyertaan daripada seluruh agensi Kerajaan, swasta, NGO dan para pelajar.

Acara Perbarisan dan Perarakan Hari Kebangsaan 2019 pada tahun ini melibatkan **34 kontinjen** yang membabitkan penyertaan lebih daripada 14,885 orang peserta dari sektor awam, swasta, NGO dan para pelajar. Secara keseluruhannya, 34 kontinjen ini telah dibahagikan kepada **ENAM (6)** kontinjen utama iaitu :

1. **Kontinjen Kenegaraan**
2. **Kontinjen Sayangi Malaysiaku : Malaysia Bersih**
3. **Kontinjen Perkhidmatan Awam**
4. **Kontinjen GLC dan Sektor Swasta**
5. **Kontinjen Ketenteraman Awam**
6. **Kontinjen Keselamatan Negara**

Turut menarik perhatian, buat pertama kalinya di Putrajaya telah diadakan persembahan Grafik Manusia yang mempersembahkan pelbagai jenis grafik yang menarik dengan mesej-mesej yang selari dengan tema dan acara-acara yang sedang berlangsung. Persembahan ini melibatkan seramai **2,250 pelajar** dari **53 buah sekolah** daripada negeri Selangor.

Acara Perbarisan dan Perarakan Hari Kebangsaan merupakan acara kemuncak kepada Sambutan Hari Kebangsaan 2019. Program ini menjadi medan terbaik untuk rakyat Malaysia turun bersama-sama menzahirkan perasaan cinta kepada Negara. Selaras dengan itu, Kerajaan dan rakyat komited untuk terus memupuk semangat perpaduan dan cintakan negara serta menjadikan negara ini bersih daripada gejala rasuah.

###

**(Maklumat lanjut berkaitan Acara Perbarisan dan Perarakan Hari
Kebangsaan 2019 sila rujuk di Lampiran 1 dan 2)**

Disediakan oleh : Jawatankuasa Media dan Publisiti
Sambutan Hari Kebangsaan dan Hari Malaysia 2019
Aras 10, Kompleks KKMM
Persiaran Perdana, Presint 4
62100 Putrajaya
Tel : 03-8911 3440
Faks : 03-8911 7544
E-mel : sayangimalaysiaku2019@gmail.com
Laman Web : malysiamerdeka.my
Facebook : Merdeka 360
Tarikh dikeluarkan : 31 Ogos 2019

3

f) Contoh Jemputan Media / Nota Kepada Pengarang



JABATAN
PENERANGAN
MALAYSIA



KEMENTERIAN KOMUNIKASI
DAN MULTIMEDIA MALAYSIA



Sayangi
Malaysiaku
MalaysiaBersih

NOTA KEPADA PENGARANG

HQ/53/08/2019

TAJUK : PEMBUKAAN PUSAT MEDIA SAMBUTAN HARI KEBANGSAAN 2019

Sukacita memaklumkan bahawa Jawatankuasa Media dan Publisiti Sambutan Hari Kebangsaan dan Hari Malaysia 2019 akan membuka Pusat Media sempena Acara Perbarisan dan Perarakan Hari Kebangsaan 2019 seperti ketetapan berikut:

TARIKH	MASA OPERASI	LOKASI
28 Ogos 2019 (Rabu)	7.00 pagi – 3.00 petang	Lobi Auditorium Cempaka Sari, Kompleks Perbadanan Putrajaya, Presint 3, Putrajaya
29 Ogos 2019 (Khamis)	7.00 pagi – 3.00 petang	
31 Ogos 2019 (Sabtu)	6.30 pagi – 12.00 tengah hari	

Pengambilan Pas Media Khas bagi permohonan yang telah diluluskan adalah pada 28 dan 29 Ogos 2019 di Pusat Media.

Sehubungan itu, wakil-wakil media adalah dijemput hadir untuk menggunakan kemudahan yang disediakan di pusat media tersebut.

Sebarang pertanyaan lanjut boleh berhubung terus dengan **Puan Radziah Mohd Sharif** di talian **012-363 2744**, **Encik Khairoul Hussen** di talian **012-848 4682** atau **Puan Nabihah Mislan** di talian **017-313 1128**.

BILIK BERITA, PUTRAJAYA
26 Ogos 2019
3.20 petang
MAA

g) Etika Petugas Pusat Media

Petugas Jabatan Penerangan Malaysia perlu menguruskan Pusat Media dengan teratur dan cekap di bawah tatacara yang digariskan iaitu:

- ▶ Sentiasa bersikap profesional, sopan santun dan memperlihatkan kecekapan yang tinggi dalam menangani pelbagai karenah pihak media;
- ▶ Memperlihatkan ciri-ciri peramah dan mudah dihubungi bagi membantu pihak media mendapatkan maklumat yang diperlukan;
- ▶ Tidak memperlihatkan layanan berbeza-beza atau pilih kasih dalam kalangan pihak media yang hadir;
- ▶ Menyelaras penyediaan teks liputan kenyataan/siaran media bertujuan memulihkan kembali keyakinan orang ramai;
- ▶ Proaktif dan bertindak cepat dalam menyalurkan maklumat terkini kepada pihak media mengenai keadaan semasa; dan
- ▶ Keterampilan kemas dan mudah untuk dikenal pasti oleh pihak media dan petugas di Pusat Media.

h) Senarai Keperluan Pusat Media

1) Ruang:

- i. Ruang kerja;
- ii. Ruang Sidang Media/taklimat;
- iii. Bilik rehat pegawai bertugas;
- iv. Ruang rehat untuk wakil-wakil media;
- v. Surau;
- vi. Bilik air; dan
- vii. *Running coffee*/makanan ringan.

2) Alat-alat perhubungan:

- i. Talian telefon dan faks;
- ii. Televisyen;
- iii. Komputer;
- iv. Internet jalur lebar (kelajuan tinggi);
- v. Pembesar suara;
- vi. Alat siar raya;
- vii. Kemudahan wifi; dan
- viii. Senarai perhubungan (Pejabat YAB Menteri Besar, Setiausaha Kerajaan Negeri (SUK), Majlis Keselamatan Negara (MKN), Jabatan-jabatan Persekutuan/Negeri/ Pihak Berkuasa Tempatan dan lain-lain).

3) Peralatan berkaitan:

- i. Alat tulis yang mencukupi dan yang sesuai;
- ii. Kamera dan video;
- iii. LCD projektor;
- iv. *White board, pointer* dan *marker*;
- v. *Extension plug/wire*;
- vi. Buku daftar media;
- vii. Pas Media (jika perlu);
- viii. Papan tunjuk arah media; dan
- ix. Surat khabar atau bahan bacaan.

4) Kelengkapan perabot:

- i. Rostrum untuk taklimat; dan
- ii. Kerusi dan meja yang mencukupi dan sesuai.

5) Kelengkapan lain:

- i. *Banner* Pusat Media;
- ii. Backdrop Sidang Media;
- iii. Set generator (jika perlu);
- iv. Jaket Keselamatan (jika perlu);
- v. Pelitup muka (jika perlu); dan
- vi. Kit bantuan kecemasan.

6) Komputer:

- i. Komputer berinternet untuk media mengikut keperluan.
- ii. komputer berinternet untuk urus setia.



i) Contoh Garis Panduan Petugas Media Di Parlimen Semasa Pandemik Covid-19

Garis Panduan Petugas Media Sempena Istiadat Pembukaan Penggal Ketiga, Majlis Parlimen Keempat Belas

Susulan daripada pelaksanaan Perintah Kawalan Pergerakan Bersyarat (PKPB) di seluruh negara serta langkah-langkah pencegahan lanjut bagi mengekang penularan Covid -19 dan memastikan persidangan Parlimen dapat dilaksanakan dalam keadaan selamat, semua petugas media diingatkan untuk mematuhi peraturan yang ditetapkan seperti berikut:

- 1) Petugas media hendaklah mematuhi SOP yang telah dikeluarkan oleh KKM :
 - ▶ wajib memakai pelitup muka
 - ▶ penjarakan sosial (kekal jaga jarak 1 meter)
 - ▶ menjaga kebersihan dengan selalu membasuh tangan atau memakai *hand sanitizer*
- 2) Hanya petugas media/agensi yang menghadiri ujian saringan Covid -19 dan hasil keputusan negatif sahaja yang akan dibenarkan masuk bertugas.
- 3) Petugas media/agensi harus hadir sebelum jam 8.00 pagi bagi mengelakkan kesesakan sewaktu saringan di pintu masuk utama dan di pintu 3.
- 4) Semua petugas media dikehendaki masuk ke Blok Utama, Parlimen melalui Pintu 3 sahaja dan akan disaring oleh petugas KKM dan anggota keselamatan Parlimen.
- 5) Jurufoto dan juruvideo adalah STATIK (tiada pergerakan) dan tidak boleh berlegar-legar di kawasan lobi bagi kedua-dua dewan kecuali petugas juruvideo dan juruaudio yang terlibat dengan pemasangan.
- 6) Jurukamera dan juruvideo harus berada di tempat yang telah ditetapkan dan kekal menjaga jarak fizikal 1 meter antara satu sama lain.
- 7) Wartawan dan petugas teknikal media dikehendaki berada di Pusat Media sahaja dan tidak dibenarkan untuk keluar sehingga majlis selesai.

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL **KORPORAT**

Pemantauan Media

I. PEMANTAUAN MEDIA

Pemantauan Media merupakan satu tindakan mengenal pasti isu/berita berkaitan Kementerian/Jabatan/Agensi sama ada ianya menjurus kepada positif/negatif/neutral. Ia bertujuan mengenal pasti isu yang perlu diangkat ke pengetahuan pihak Pengurusan Tertinggi untuk maklum balas/*rebuttal*. Pemantauan Media perlu dilakukan secara berkala/harian dan maklum balas perlu dilaporkan kepada Pihak Pengurusan Tertinggi Kementerian/Jabatan/Agensi.

II. PELAKSANAAN

Pegawai Perhubungan Awam bertanggungjawab untuk menguruskan pemantauan berita yang berkaitan organisasi melalui surat khabar, berita dalam talian, laman sosial, blog dan lain-lain lagi. Pembekalan surat khabar juga amat penting dalam pemantauan berita dari semasa ke semasa.

III. PROSES KERJA PEMANTAUAN MEDIA

Bil.	PERKARA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN / DIRUJUK
1.	Memantau dan membaca surat khabar/berita dalam talian/laman sesawang/media sosial/blog mengenai artikel berkaitan organisasi.	KKK/PPA
2.	Menyemak laporan pemantauan media arus perdana dan elektronik melalui sistem pemantauan pihak ketiga.	KKK/PPA
3.	Kenal pasti jenis-jenis berita positif/negatif/neutral. Sekiranya berita positif, siarkan di laman sosial/laman sesawang organisasi.	KKK/PPA
4.	Sekiranya berita negatif, maklumkan dan rujuk kepada Pengurusan Tertinggi dan pegawai berkaitan untuk mendapatkan maklum balas.	Pengurusan Tertinggi/KKK/PPA/ pegawai berkaitan
5.	Mengumpulkan maklum balas daripada pegawai bertanggungjawab berkaitan isu.	PPA
6.	Menyediakan draf/surat maklum balas untuk disemak dan mendapatkan kelulusan Pengurusan Tertinggi.	KKK/PPA/Pengurusan Tertinggi
7.	Membuat penjelasan melalui media dalam tempoh 24 jam.	KKK/PPA/Pengurusan Tertinggi
8.	Dokumentasikan isu dan melakukan keratan akhbar.	PPA
9.	Memuatnaik bahan-bahan maklumat/maklum balas di laman sesawang Kementerian/Jabatan/Agensi.	PPA

INFO

Dokumen Rujukan:

Arahan Perkhidmatan Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bilangan 1 Tahun 2009 – Penambahbaikan Proses Pengurusan Aduan Awam dan Perintah Am

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL **KORPORAT**

Pengurusan Kualiti

I. PENGURUSAN KUALITI

Pengurusan Kualiti adalah elemen penting dalam memberi perkhidmatan memuaskan kepada pelanggan dan pemegang taruh (*stakeholder*). Perkhidmatan yang cemerlang akan mewujudkan imej positif sesebuah organisasi dan sekaligus mewujudkan kepercayaan dan sokongan orang awam.

II. PELAKSANAAN

Skop pelaksanaan kualiti yang dijalankan oleh Unit Komunikasi Korporat (UKK) adalah seperti berikut:

- Pengurusan Pelanggan meliputi: Aduan, Cadangan, Pertanyaan dan Penghargaan.
- Pengurusan Kandungan Portal Laman Sesawang.
- Pemantauan Prestasi, Semakan Semula dan Penggubalan Baharu Piagam Pelanggan.
- Pengerusi Jawatankuasa Publisiti & Promosi Program Kualiti di Kementerian/Jabatan/Agensi seperti Ekosistem Kondusif Sektor Awam (EKSA) dan Pelan Kesyukuran Keselamatan.

Unit Komunikasi Korporat berperanan sebagai pihak yang bertanggungjawab dalam memastikan keakuratan standard kualiti yang ditetapkan dalam Manual Prosedur MS ISO Kementerian/Jabatan/Agensi masing-masing.

Unit Komunikasi Korporat bertanggungjawab mengenal pasti isu-isu ketakakuran/isu/aduan yang berulang dan mencadangkan tindakan pencegahan dan penambahbaikan sewajarnya.

Tinjauan/kajian keberkesanan wajar dijalankan dan dilaporkan kepada pihak pengurusan secara berkala seperti Mesyuarat Pengurusan Tertinggi, Mesyuarat Kajian Semula Pengurusan dan Mesyuarat Pengurusan Kualiti.

Pegawai Perhubungan Awam juga berperanan sebagai Juru Audit dalam melaksanakan Prosedur Pengurusan Maklum Balas Pelanggan bagi urusan auditan dalaman.

INFO

Dokumen Rujukan:

- ▶ Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 4 Tahun 1991: Garis Panduan Mengenai Strategi-Strategi Peningkatan Kualiti dalam Perkhidmatan Awam.
- ▶ Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 4 Tahun 1991: Panduan Mengenai Peningkatan Kualiti Perkhidmatan Awam.
- ▶ Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 1992: Panduan Pengurusan Kualiti Menyeluruh (TQM) Perkhidmatan Awam.
- ▶ Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 2 Tahun 1996: Garis Panduan Bagi Melaksanakan MS ISO 9001:2000 dalam Perkhidmatan Awam.
- ▶ Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2002: Garis Panduan Semakan Semula Prosedur dan Proses Kerja di Agensi Kerajaan.
- ▶ Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2009: Penambahbaikan Proses Pengurusan Aduan Awam.

*"PR is extremely important, and being able to use it in the right way means everything.
You have to market your success."*

– Lee Haney, bodybuilder dan former Mr. Olympia

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL **KORPORAT**

Pemantapan Imej

I. PEMANTAPAN IMEJ

Penampilan diri adalah salah satu aspek yang penting dalam membentuk penilaian peribadi seseorang Pegawai Perhubungan Awam. Penampilan diri bukan sahaja memberi satu gambaran yang positif terhadap nilai diri yang ada pada seseorang tetapi juga mampu mempengaruhi prestasi kecemerlangan individu itu sendiri. Imej yang berpadanan dengan bidang kerja akan mewujudkan suasana kerja yang selesa di dalam sesebuah organisasi atau acara.

II. PELAKSANAAN

Pegawai Perhubungan Awam perlu berketerampilan menarik untuk membina persepsi pertama yang positif di kalangan pelanggan.

Pemantapan imej mengambil kira beberapa perkara penting yang perlu dititikberatkan dalam membina penampilan diri iaitu potongan rambut, pilihan warna dan corak, jenis pakaian, aksesori, gaya dan cara percakapan.

III. JENIS ACARA/ MAJLIS

Mengenal pasti jenis acara dan majlis yang akan dihadiri. Jenis-jenis majlis boleh dibahagikan kepada enam (6) iaitu Rasmi, Rasmi dan Formal, Rasmi dan Tidak Formal, Tidak Rasmi, Tidak Rasmi tetapi Formal dan Separa Rasmi. Sementara acara pula boleh diklasifikasikan kepada dalaman, luaran, kebangsaan dan antarabangsa.

IV. JENIS-JENIS MAJLIS

- a. **Rasmi** - Sesebuah majlis yang dianjurkan oleh Kerajaan Persekutuan atau Kerajaan Negeri yang mendapat kelulusan peruntukan Kerajaan.
- b. **Rasmi dan Formal** - Majlis/aktiviti yang sumber peruntukannya dari Kerajaan seperti hari bekerja dari Isnin sehingga Jumaat di pejabat, di luar pejabat, majlis penuh istiadat, majlis jamuan (malam atau hujung minggu iaitu di luar waktu rasmi bekerja). Majlis yang melibatkan Pembesar Negara/Negeri dan menepati aspek protokol secara penuh.
- c. **Rasmi dan Tidak Formal** - Majlis/aktiviti yang sumber peruntukannya dari Kerajaan seperti program turun padang, lawatan dan majlis perasmian. Terdapat sedikit kelonggaran dari segi protokol.
- d. **Tidak Rasmi** - Merupakan majlis yang dianjurkan oleh agensi-agensi Kerajaan/swasta yang tidak melibatkan peruntukan Kerajaan serta aspek protokol sepenuhnya.
- e. **Tidak Rasmi Tetapi Formal** - Majlis/aktiviti yang sumber peruntukannya bukan dari Kerajaan seperti individu atau Pertubuhan/Kelab. Majlis dihadiri oleh orang-orang kenamaan daripada Senarai Keutamaan Persekutuan dan Negeri.
- f. **Separa Rasmi** - Majlis/aktiviti seperti kejohanan sukan dan riadah. Sebahagian sumber peruntukan dari Kerajaan dan sebahagiannya daripada sumbangan oleh wang kelab sukan atau pertubuhan.

V. PANDUAN PEMANTAPAN IMEJ

PAKAIAN SEMASA BEKERJA

Dalam waktu bekerja, setiap PPA dikehendaki mematuhi etika berpakaian seperti mana yang telah dikeluarkan Jabatan Perdana Menteri. Bagi pemakaian ketika menghadiri majlis, penganjur kebiasaannya akan mencatat jenis pakaian pada surat/ kad jemputan supaya dif jemputan akan memakai pakaian yang ditetapkan dan bersesuaian dengan majlis/acara yang diadakan.

KEBERSIHAN DIRI

PPA hendaklah memastikan kebersihan diri diutamakan. Kebersihan juga meliputi dandanan rambut, keadaan pakaian dan kebersihan mulut dan kuku.

TEMPAT KERJA

PPA hendaklah memastikan tempat kerja terutama tempat yang dibenarkan orang awam masuk sentiasa dalam keadaan yang bersih dan teratur.

KOMUNIKASI

PPA hendaklah memastikan ketika berkomunikasi dengan pelanggan sama ada melalui telefon mahupun bersemuka penggunaan bahasa yang betul dan tona suara yang jelas perlu dititik beratkan.

GAYA

Menampilkan gaya (cara berjalan, cara ketawa dan mimik muka) yang betul semasa berinteraksi dengan pelanggan adalah sangat penting untuk memberi persepsi yang baik kepada organisasi.

"The media's the most powerful entity on earth. They have the power to make the innocent guilty and to make the guilty innocent, and that's power."

- Malcolm X

LELAKI



LOUNGE SUIT

- ▶ Gabungan *2-pieces suit* yang terdiri daripada:
 - Kot
 - Seluar Panjang
- ▶ Sut perlu dipadankan dengan kemeja lengan panjang dan tali leher.
- ▶ Seluar dan kot mestilah sepadan dari segi warna dan jenis bahan.
- ▶ Pilihan warna sut yang digalakkan adalah warna hitam.

KEMEJA

- ▶ Kemeja berkolar dan berlengan panjang hendaklah dibutangkan atau memakai kafling.
- ▶ Kemeja hendaklah dimasukkan ke dalam (*tuck in*) dan lengan tidak dilipatkan.
- ▶ Pilihan warna dan corak yang digalakkan adalah warna pastel.
- ▶ Kemeja berjalur seeloknya dipadankan dengan tali leher tanpa corak atau sebaliknya.
- ▶ Sekiranya kemeja mempunyai butang kolar, kolar harus dibutangkan.
- ▶ Lebar kolar hendaklah bersesuaian.





BAJU BATIK

- ▶ Baju batik adalah wajib dipakai di pejabat pada hari Khamis.
- ▶ Batik yang dipakai hendaklah bercirikan batik Malaysia.
- ▶ Digalakkan membawa baju batik semasa menghadiri urusan rasmi diluar negara dan memakainya di majlis yang bersesuaian. Ini bagi melambangkan identiti dan imej Malaysia.

KEBANGSAAN/TRADISIONAL

- ▶ Pakaian Kebangsaan/ Tradisional.
- ▶ Baju Melayu (digalakkan pada hari Jumaat).
- ▶ Baju Melayu yang lengkap adalah bersamping, bersongkok hitam dan berbutang.
- ▶ Pakaian ini hendaklah dipakai secara lengkap dan bersesuaian untuk menjalankan tugas rasmi.





SERAGAM/BAJU KORPORAT

- ▶ Pegawai Perhubungan Awam dibenarkan mengenakan Pakaian Seragam/Baju Korporat yang dibekalkan oleh organisasi masing-masing.
- ▶ Baju Seragam/Baju Korporat biasanya dipakai ketika menghadiri majlis separa formal.

JENIS KASUT

- ▶ Bersih dan berkilat
- ▶ Bertumit digalakkan (0.5"-1.0").
- ▶ Bertutup.
- ▶ Berwarna gelap.
- ▶ Kulit/PVC atau setara.
- ▶ Sarung kaki berwarna gelap sepadan dengan seluar atau kasut.



WANITA

LOUNGE SUIT



- ▶ Gabungan *2-pieces suit* yang terdiri daripada:
 - Kot
 - Skirt paras lutut dan skirt labuh
- ▶ Sut perlu dipakai dengan kemeja lengan panjang yang dibutangkan atau memakai kafling.
- ▶ Skirt dan kot mestilah sepadan dari segi warna dan jenis bahan.
- ▶ Pilihan warna sut skirt yang digalakkan adalah warna hitam atau warna gelap.

LOUNGE SUIT 2/3 PIECE SUIT PANTS

- ▶ Gabungan *2/3 piece suit pants* yang terdiri daripada:
 - Kot
 - Seluar panjang
- ▶ Kot perlu dipakai dengan kemeja lengan panjang dibutangkan atau memakai kafling.
- ▶ Seluar dan kot mestilah sepadan dari segi warna dan jenis bahan.
- ▶ Pilihan warna seluar yang digalakkan adalah warna hitam atau warna gelap.





BAJU BATIK

- ▶ Baju batik adalah wajib dipakai di pejabat pada hari Khamis.
- ▶ Batik yang dipakai hendaklah bercirikan batik Malaysia.
- ▶ Digalakkan membawa baju batik semasa menghadiri urusan rasmi diluar negara dan memakainya di majlis yang bersesuaian. Ini bagi melambangkan identiti dan imej Malaysia.

KEBANGSAAN/ TRADISIONAL

- ▶ Pakaian Kebangsaan/ Tradisional:
 - Baju Kurung
 - Baju Kebaya
 - Sari
 - Sut Punjabi
 - Cheongsam
- ▶ Baju Kurung atau Kebaya hendaklah dipakai mengikut keselesaan (tidak terlalu ketat dengan kelabuhan yang bersesuaian).
- ▶ Fesyen Baju Kurung dan Baju Kebaya hendaklah tidak terlalu keterlaluan serta tidak menggunakan fabrik yang jarang.
- ▶ Sut Punjabi, Cheongsam dan Sari hendaklah yang bersesuaian dan sopan.
- ▶ Pakaian ini hendaklah dipakai secara lengkap dan bersesuaian untuk menjalankan tugas rasmi.





SERAGAM/BAJU KORPORAT

- ▶ Pegawai Perhubungan Awam dibenarkan mengenakan Pakaian Seragam/Baju Korporat yang dibekalkan oleh organisasi masing-masing.
- ▶ Baju Seragam/Baju Korporat biasanya dipakai ketika menghadiri majlis separa formal.

KASUT

- ▶ Bertumit (digalakkan 1.5"-2.0")
- ▶ Bertutup.
- ▶ Berwarna gelap.
- ▶ Kulit/PVC atau setara.
- ▶ Sarung kaki yang sesuai dengan warna kulit (sekiranya memakai sarung kaki).



INFO

Dokumen Rujukan:

1. Surat Pekeliling Perkhidmatan Bilangan 2 Tahun 1985 – Pakaian Masa Bekerja Dan Semasa Menghadiri Upacara-Upacara Rasmi Bagi Pegawai-Pegawai Awam
2. Surat Pekeliling Perkhidmatan Bilangan 1 Tahun 2006 – Fesyen Pakaian Alternatif Sebagai Pakaian Semasa Bekerja Dan Menghadiri Upacara Rasmi
3. Surat Pekeliling Perkhidmatan Bilangan 1 Tahun 2008 – Pemakaian Pakaian Batik Malaysia Oleh Pegawai Awam Pada Hari Khamis



Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL **KORPORAT**

Pengurusan Acara

PENGURUSAN ACARA

Standard Operating Procedure (SOP) Pengurusan Acara ini bertujuan memaklumkan aspek pengurusan acara rasmi dan tidak rasmi. SOP Pengurusan Acara ini merujuk kepada protokol Kerajaan Persekutuan dan Kerajaan Negeri, Kementerian, Jabatan dan Agensi Kerajaan.

SOP Pengurusan Acara ini menjadi panduan dan rujukan dari semasa ke semasa sebagai usaha untuk memperkasa imej Kementerian/Jabatan/Agensi Kerajaan.

Perkara-perkara di dalam SOP Pengurusan Acara adalah:

- i. Jawatankuasa Pengurusan Media/Publisiti/Promosi/Penerbitan/Pameran/ Kempen;
- ii. Penyelaras Utama Pameran Korporat;
- iii. Pengacara Majlis (jika perlu);
- iv. Penyediaan Skrip Pengacara Majlis;
- v. Penyelaras Teks Ucapan (mengikut keperluan dan kesesuaian); dan
- vi. Penyelaras Protokol.

I. JAWATANKUASA PENGURUSAN MEDIA / PUBLISITI / PROMOSI / PENERBITAN / PAMERAN / KEMPEN

Media dan publisiti amat penting bagi mempromosi dan menaikkan nama dan jenama Kementerian/Jabatan/Agensi Kerajaan. Pengurusan dan publisiti media perlu dirancang dan dilaksanakan dengan teliti. Pegawai Perhubungan Awam perlu merancang dan mempromosikan program seperti persidangan, bengkel, seminar, lawatan pembesar kenamaan, syarahan awam, kenyataan media dan lain-lain.

Kejayaan sesuatu program diukur melalui publisiti yang disalurkan kepada media. Publisiti melalui media menjadi agen dalam menghebahkan sebarang majlis sama ada di peringkat kebangsaan atau antarabangsa.

Pegawai Perhubungan Awam bertanggungjawab melaksanakan perhubungan media terutamanya perkara berkaitan dengan sesuatu majlis seperti Siaran Media, Kenyataan Media, Jemputan Media, Kit Media dan lain-lain.

Pegawai Perhubungan Awam juga perlu:

- ▶ Memastikan kehadiran/pendaftaran media;
- ▶ Menyelaras publisiti media;
- ▶ Memastikan liputan foto;
- ▶ Menyediakan Siaran Media;
- ▶ Menyediakan Kenyataan Media;
- ▶ Menyediakan Jemputan Media/Nota Kepada Pengarang;
- ▶ Menyediakan Kit Media;
- ▶ Menyelaras pengurusan media (posisi & pergerakan petugas media); dan
- ▶ Menguruskan penafian melalui media (sekiranya perlu).

a) Jenis-Jenis Majlis

Sila rujuk Bab IV – Pemantapan Imej.

b) Jenis-Jenis Acara

DALAMAN	Penyertaan dalam kalangan ahli-ahli organisasi penganjur.
LUARAN	Penglibatan peserta luar yang bukan dari organisasi penganjur.
KEBANGSAAN	Penglibatan atau penyertaan dari negeri-negeri.
ANTARABANGSA	Penyertaan dari luar negara yang melibatkan acara sukan, kebudayaan, kempen pelancongan, mesyuarat Ketua-ketua Negara dan lain-lain.

II. PENYELARAS PAMERAN KORPORAT

PPA bertanggungjawab untuk mengurus dan menyelaraskan program dan aktiviti bagi pameran di Kementerian/ Jabatan/ Agensi Kerajaan.

a) Proses Kerja Pengurusan Pameran

BIL.	PERKARA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN / DIRUJUK
1.	Menerima surat jemputan daripada Pengurusan Tertinggi.	KSU/KP/Pengarah & KKK
2.	Menyemak tarikh, masa, tempat dan keluasan <i>booth</i> yang disediakan oleh penganjur.	KKK
3.	Memberi persetujuan dan mendapatkan maklumat daripada pihak penganjur.	KSU/KP/Pengarah & KKK
4.	Menyelaras aktiviti dan petugas untuk ke pameran.	PPA & petugas pameran
5.	Menyedia dan memastikan bahan-bahan promosi adalah mencukupi.	PPA
6.	Memuat naik gambar aktiviti di media sosial.	PPA
7.	Membuat pemantauan dengan merekod atau membuat keratan akhbar (sekiranya ada).	PPA
8.	Menyediakan laporan pameran yang telah disertai.	PPA
9.	Rekod.	PPA

III. PENGACARA MAJLIS

Pengacara majlis berperanan mengendalikan sesuatu majlis/acara dari permulaan hingga selesai. Kelancaran perjalanan sesuatu majlis/acara bergantung kepada kebolehan dan kemahiran seseorang Pengacara Majlis.

a) Tugas-tugas Pengacara Majlis

- ▶ Menyediakan teks Pengacara Majlis dan perlu disemak oleh penganjur;
- ▶ Mengendali dan mengawal perjalanan majlis/ acara;
- ▶ Membuat pengumuman;
- ▶ Memberikan panduan kepada tetamu; dan
- ▶ Menyemak panggilan hormat berdasarkan kepada kehadiran tetamu kehormat.

IV. PENYEDIAAN SKRIP PENGACARA MAJLIS

Panduan Menulis Skrip	Perkara-Perkara Yang Perlu Diberi Perhatian Dalam Penyediaan Skrip
▶ Susunan Atur cara terakhir. ▶ Senarai nama VVIP. ▶ Panggilan hormat VVIP. ▶ Pembaca doa. ▶ Nama-nama individu yang terlibat dalam majlis.	▶ Jenis majlis. ▶ Salutasi. ▶ Tatacara penyampaian. ▶ Mengelakkan kesalahan berulang (tatabahasa, pembaziran perkataan dan lain-lain).

Nota:

Skrip hendaklah sentiasa dipantau bagi memastikan perjalanan majlis/acara seperti yang dirancang.

V. PENYELARAS TEKS UCAPAN

Ucapan dalam sesuatu majlis/acara perlu dihadkan kepada dua (2) orang sahaja (mengikut kesesuaian majlis/ acara) dimulai dengan ucapan tuan rumah (ucapan alu-aluan) dan diakhiri dengan ucapan oleh tetamu kehormat yang tertinggi/VVIP Utama (ucapan perasmian/ ucaptama). Ini tidak terpakai bagi majlis/acara sesi dialog, bicara eksekutif, forum atau majlis/acara yang mempunyai konsep yang serupa. Perkara yang perlu diberi perhatian dalam penyediaan ucapan:

- a. Senarai panggilan hormat (salutasi) perlulah disediakan oleh urus setia berdasarkan susunan protokol terkini; dan
- b. Mengambil kira masa yang diperuntukan.

“Regardless of how you feel inside, always try to look like a winner. Even if you are behind, a sustained look of control and confidence can give you a mental edge that results in victory.” - Arthur Ashe

VI. PENYELARAS PROTOKOL

Terdapat 20 elemen protokol dan 13 elemen etiket perlu diambil perhatian seperti berikut:

20 Elemen Protokol	
1.	Anugerah Darjah Kebesaran Persekutuan dan Negeri;
2.	Susunan Keutamaan Persekutuan dan Negeri;
3.	Panggilan Hormat bagi Orang-Orang Kenamaan;
4.	Senarai jemputan majlis/acara;
5.	Pengurusan kad jemputan;
6.	Penyusunan tempat duduk bagi pelbagai majlis/acara;
7.	Penyusunan tempat duduk bagi majlis/acara jamuan;
8.	Susunan bendera;
9.	Atur cara majlis/acara di dalam dewan dan di luar dewan;
10.	Pengacaraan majlis/acara formal;
11.	Fungsi pegawai protokol dan pegawai pengiring (<i>liaison officer</i>);
12.	Peranan penyambut tetamu dalam majlis/acara formal;
13.	Pemilihan sajian;
14.	Penggunaan Lagu Kebangsaan mengikut majlis/acara;
15.	Penyusunan gambar orang-orang kenamaan di dinding (jika berkaitan);
16.	Bahasa dan kesopanan Istana (jika berkaitan);
17.	Kesempurnaan pakaian di dalam majlis/acara tertentu;
18.	Pemakaian Anugerah Darjah Kebesaran (jika berkaitan);
19.	Urusan menandatangani surat perjanjian (jika berkaitan); dan
20.	Program dan atur cara pentadbiran.

13 Elemen Etiket	
1.	Etika berpakaian;
2.	Kesesuaian pakaian mengikut majlis/acara;
3.	Penampilan dan penggayaan diri;
4.	Kesopanan dalam pertemuan dan perkenalan;
5.	Kemahiran dalam perbualan sosial;
6.	Kesopanan menghadiri majlis/acara jamuan ringan secara berdiri;
7.	Kesopanan menghadiri majlis/acara jamuan ringan secara duduk;
8.	Kesopanan tuan rumah dan tetamu (untuk majlis/acara di dalam rumah);
9.	Kesopanan tuan rumah dan tetamu (untuk majlis/acara di luar rumah);
10.	Menghadiri pelbagai majlis/acara formal;
11.	Penggunaan peralatan jamuan mengikut majlis/acara (contoh: <i>cutlery</i>);
12.	Cara menghidang; dan
13.	Tertib di meja makan.

a) Kategori Jemputan

Kebiasaannya mempunyai dua (2) kategori iaitu Senarai Ringkas (mengikut kumpulan jemputan) dan Senarai Penuh (mengikut Susunan Keutamaan).

Jenis-Jenis jemputan terbahagi kepada tiga jenis iaitu:

- ▶ Seorang;
- ▶ Berpasangan; dan
- ▶ Kumpulan.
- ▶ Pada kebiasaannya, sekiranya tetamu kehormat yang dijemput secara berpasangan, tetamu lain juga dibolehkan untuk hadir secara berpasangan.

1. Ciri-ciri Kad Jemputan:

- Logo organisasi;
- Jawatan tuan rumah/penganjur;
- Nama majlis acara;
- Tarikh/tempat/masa;
- Pakaian;
- Atur cara;
- Ruang nama tetamu yang akan dijemput;
- Nombor telefon dan nama pegawai untuk memaklumkan kehadiran;
- Pelan lokasi;
- Kad jawapan dan tarikh maklum balas jawapan;
- Pelekat kenderaan; dan
- Kod kad (jika perlu).

2. Kaedah Jemputan

Jemputan boleh dibuat melalui kaedah seperti Warkah Persilaan (khas untuk DYMM Raja- Raja/DYMM Raja-Raja Permaisuri dan TYT Yang di-Pertua Negeri), surat, kad jemputan, faks, *e-mel*, telefon, Sistem Pesanan Ringkas (SMS), Infografik undangan dan lain-lain.

Pengesahan kehadiran boleh dibuat melalui surat, kad jawapan, faks, *e-mel*, telefon dan lain-lain.

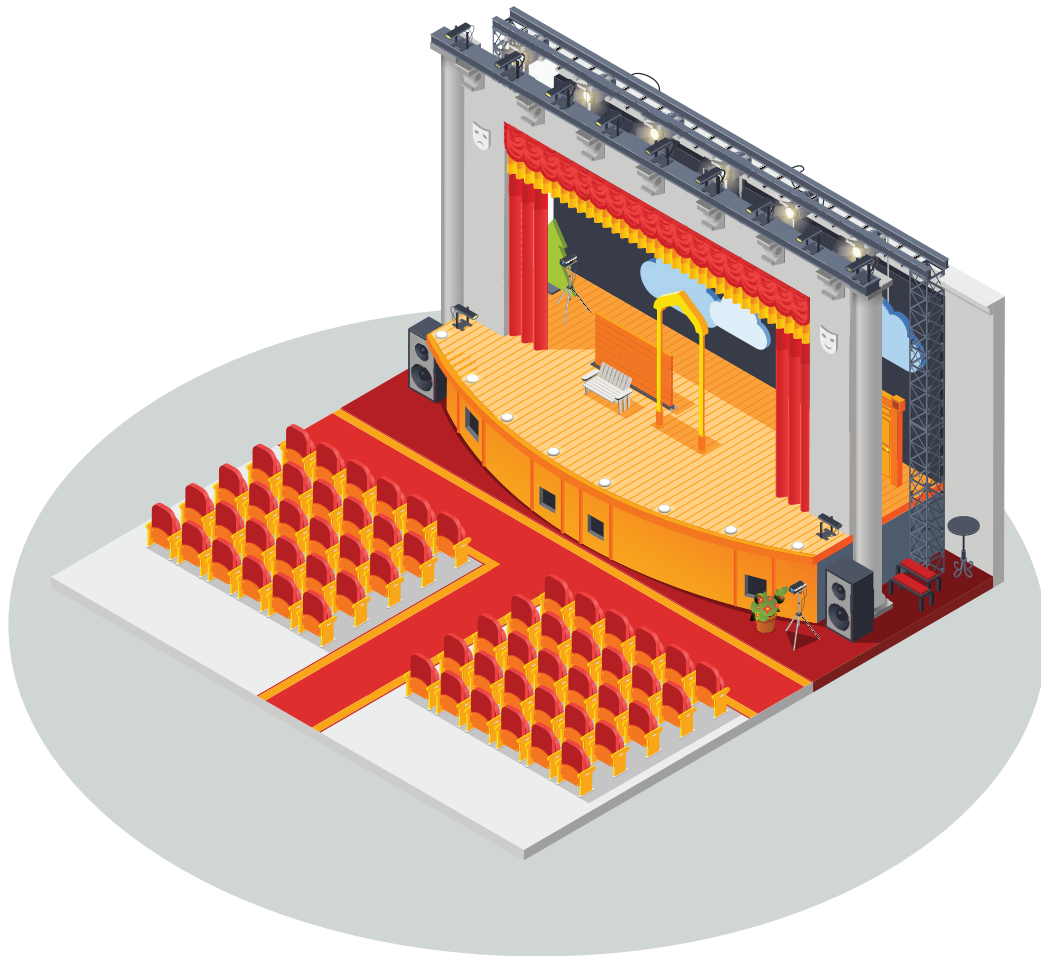
b) Etika Pakaian Menghadiri Majlis

Pihak penganjur hendaklah mencatatkan jenis pakaian yang perlu dipakai oleh tetamu pada surat/kad jemputan:

TETAMU LELAKI	TETAMU WANITA
▶ Pakaian Rasmi Beristiadat (Pakaian Rasmi Jawatan/<i>No.1 Dress</i>); ▶ Pakaian kebangsaan rasmi beristiadat; ▶ Pakaian kebangsaan rasmi; ▶ Pakaian kebangsaan negara masing-masing (luar negara); ▶ Pakaian Istiadat Malam (<i>Mess Kit</i>); ▶ Baju batik lengan panjang; ▶ <i>Lounge Suit</i>; dan ▶ <i>Black tie</i>.	▶ Pakaian Rasmi Beristiadat (Pakaian Rasmi Jawatan/<i>No.1 Dress</i>); ▶ Baju kurung; ▶ Baju kebaya labuh; ▶ Pakaian kebangsaan negara masing-masing (luar negara); ▶ Pakaian Barat (gaun berlengan dan labuh melebihi paras lutut); dan ▶ Pakaian Istiadat Malam (<i>Mess Kit</i>).

c) Susunan Tempat Duduk

Susunan adalah berdasarkan kepada Susunan Keutamaan Persekutuan dan Negeri serta peranan/kepentingan tetamu sesebuah majlis/acara. Walau bagaimanapun, bagi program bersama rakyat seperti Program Turun Padang, tempat duduk tetamu kehormat diletakkan bersama orang ramai.



*"Since we cannot change reality, let us change the eyes which see reality."
- Nikos Kazantzakis*

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR HAL EH WAL **KORPORAT**

***Pengurusan Lawatan Rasmi Dan
Kunjungan Hormat***

I. PENGURUSAN LAWATAN RASMI DAN KUNJUNGAN HORMAT

Pengurusan Lawatan Rasmi dan Kunjungan Hormat kebiasaannya melibatkan ketua sesebuah negara yang diatur mengikut perancangan dan kerjasama antara Kementerian/ Jabatan/Agensi yang berkaitan.

Persefahaman yang terjalin melalui lawatan ini dapat memupuk kerjasama strategik di samping meningkatkan imej dan kredibiliti sesebuah Kementerian/Jabatan/Agensi.

II. PELAKSANAAN

Pegawai Perhubungan Awam merupakan sebahagian daripada ahli jawatankuasa yang terlibat dalam menguruskan Lawatan Rasmi dan Kunjungan Hormat Kementerian/Jabatan/Agensi termasuk swasta dan luar negara yang ingin mengetahui tentang organisasi yang dilawati.

III. PROSES KERJA PENGURUSAN LAWATAN RASMI DAN KUNJUNGAN HORMAT

BIL.	PERKARA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menerima arahan mengenai lawatan daripada Pengurusan Tertinggi.	Pengurusan Tertinggi
2.	Menganggotai mesyuarat penyelarasan dengan Bahagian-Bahagian lain bagi tujuan : Penyediaan buku pelawat, jamuan, cenderamata, liputan foto dan video serta liputan media.	KKK
3.	Mengurus persediaan tempat dan memastikan program lawatan berjalan lancar.	PPA
4.	Mengenal pasti dan menyelaras pembentang kertas taklimat/slaid pembentangan semasa lawatan dan kunjungan hormat.	Bahagian berkaitan
5.	Memuat naik gambar lawatan rasmi dan kunjungan hormat di media sosial organisasi.	PPA

"Public relations are a key component of any operation in this day of instant communications and rightly inquisitive citizens."
-Alvin Adams

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Pengurusan Aduan Awam

I. PENGURUSAN ADUAN AWAM

Standard Operating Procedure (SOP) Pengurusan Aduan Awam ini adalah bertujuan memaklumkan langkah-langkah menambahbaik sistem pengurusan aduan awam. SOP Pengurusan Aduan Awam ini merujuk kepada Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2009 Penambahbaikan Proses Pengurusan Aduan Awam. SOP Pengurusan Aduan Awam ini menjadi panduan dan rujukan dari semasa ke semasa.

Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2009 memansuhkan Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam (PKPA) BIL 4/1992 demi penambahbaikan proses pengaduan awam dan bertujuan memaklumkan mengenai sistem pengendalian pengaduan awam yang baharu dan peranan ketua-ketua jabatan bagi melaksanakan sistem pengendalian awam yang berkesan.

Pengurusan aduan awam yang cekap amat penting dalam meningkatkan keberkesanan sistem penyampaian perkhidmatan awam. Pegawai Perhubungan Awam memainkan peranan penting untuk menguruskan aduan awam secara telus, cekap dan bersistematik.

II. PELAKSANAAN

Proses pengurusan aduan awam meliputi penerimaan, siasatan pengumpulan awal, pengumpulan maklumat dan penyelesaian aduan. Pengurusan aduan awam ditetapkan dalam tempoh 15 hari bekerja bagi meningkatkan kecekapan sistem penyampaian perkhidmatan yang terbaik.

III. DEFINISI

Aduan – Hal atau perkara yang diadukan.

Aduan Pelanggan – Aduan yang diterima melalui surat, borang maklum balas, telefon, e-mel dan portal.

Maklum balas – Maklumat yang diterima dalam bentuk aduan, cadangan persepsi dan penghargaan.

Pelanggan – Individu atau kumpulan yang melibatkan diri dalam proses berkenaan.



IV. JENIS-JENIS ADUAN

Berikut merupakan contoh aduan yang boleh dikemukakan kepada Biro Pengaduan Awam (BPA) untuk diambil tindakan:

- ☐ Kelewatan atau tiada tindakan;
- ☐ Tindakan tidak adil;
- ☐ Kekurangan kemudahan awam;
- ☐ Kepincangan pelaksanaan dasar dan kelemahan undang-undang;
- ☐ Salah guna kuasa atau penyelewengan;
- ☐ Salah laku anggota awam;
- ☐ Kegagalan mengikut prosedur yang ditetapkan;
- ☐ Kualiti perkhidmatan yang tidak memuaskan termasuk kaunter dan telefon;
- ☐ Kegagalan penguatkuasaan; dan
- ☐ Pelbagai aduan.

V. PROSES KERJA BAGI PENGURUSAN ADUAN AWAM

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN / DIRUJUK
1.	Menerima aduan daripada orang awam dan pemegang taruh (<i>stakeholder</i>) melalui surat/borang maklum balas/telefon/e-mel/portal atau yang hadir sendiri.	Ketua Jabatan/ Pengarah/KKK/PPA
2.	Mengenal pasti maklum balas sahah atau tidak sahah. Sekiranya sahah, mulakan siasatan.	PPA
3.	Keluarkan surat akuan terima dalam tempoh satu (1) hari bekerja dan maklum balas awal dalam tempoh tiga (3) hari bekerja.	PPA
4.	Merujuk kepada Pengarah dan memaklumkan status semasa aduan awam di Mesyuarat Pengurusan.	Pengarah/KKK
5.	Menyalurkan aduan kepada pegawai berkenaan untuk mendapatkan maklum balas.	PPA/ Pegawai berkenaan
6.	Mengumpulkan maklum balas untuk respons status tindakan kepada pengadu/pelanggan.	PPA
7.	Mengeluarkan surat makluman status maklum balas yang diluluskan oleh Pengarah dalam tempoh 14 hari bekerja.	PPA
8.	Menyimpan rekod semua aduan diterima, tarikh aduan diterima, tarikh surat akuan dikeluarkan, kedudukan terkini, keputusan Mesyuarat Pengurusan dan tindakan susulan yang diperlukan.	PPA

VI. CARA MENYALURKAN ADUAN

Orang ramai boleh membuat aduan mengenai Agensi Kerajaan kepada Biro Pengaduan Awam (BPA) melalui saluran-saluran yang berikut:

Mengemukakan aduan menerusi Portal BPA di:	http://www.pcb.gov.my
Telefon: Faks: E-mel :	03-8000 8000 03-8888 7778 aduan@pcb.gov.my
Menghantar ke Sistem Pesanan Ringkas (SMS) ke 15888:	Contoh SMS: BPA ADUAN (aduan anda) dan hantar ke 15888
Menghantar surat tanpa setem ke alamat:	Ketua Pengarah Biro Pengaduan Awam Jabatan Perdana Menteri Peti Surat 9000 62502 Putrajaya atau: Ke Pejabat-pejabat BPA Negeri
Hadir ke kaunter-kaunter Biro Pengaduan Awam:	Daerah-daerah yang ditetapkan di bawah Program Kaunter Aduan Bergerak (KAB), Kaunter Aduan Bergerak Bersepadu (KABB), dan Program Mesra Rakyat yang disiarkan melalui Portal BPA dan media massa.
Hadir sendiri :	Ibu Pejabat Biro Pengaduan Awam atau: ke Pejabat-pejabat BPA Negeri

VII. PERANAN JABATAN / AGENSI KERAJAAN

1. Mengurus dan memberi perhatian sewajarnya kepada aduan awam seperti yang digariskan dalam Pekeliling Kemajuan Perkhidmatan Awam (PKPA) BIL 1/2009.
2. Memberi perhatian kepada setiap aduan yang dilaporkan oleh pengadu dengan memberi kerjasama kepada Biro Pengaduan Awam.
3. Memastikan pengaduan awam dijadikan agenda tetap dalam Mesyuarat Pengurusan di setiap Kementerian/Jabatan/Agensi.
4. Melantik seorang pegawai kanan bertaraf Timbalan Ketua Setiausaha/Timbalan Ketua Pengarah/Timbalan Setiausaha Kerajaan Negeri untuk memantau aduan.
5. Melantik seorang pegawai untuk berurusan dengan Biro Pengaduan Awam.

VIII. RINGKASAN

PERINGKAT	PERKARA
1.	Kakitangan diberi kuasa dengan jelas untuk menyelesaikan aduan pada peringkat awal. Merekod butiran penting aduan.
2.	Semakan dalaman atau siasatan.
3.	Aduan yang tidak dapat diselesaikan secara dalaman akan dibuat semakan secara luaran.

INFO

Dokumen Rujukan:

Arahan Perkhidmatan, Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bilangan 1 Tahun 2009 Penambahbaikan Proses Pengurusan Aduan Awam dan Perintah Am.



Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Pengurusan Isu

I. PENGURUSAN ISU

Pengurusan isu yang komprehensif bagi memastikan sesuatu isu dapat diuruskan secara terancang seterusnya memastikan penyelesaian yang menyeluruh antara pihak Kementerian/ Jabatan/Agensi dengan orang ramai.

Di samping itu, pengurusan isu juga berupaya mengekal dan meningkatkan keyakinan rakyat terhadap Kerajaan (Kementerian/Jabatan/Agensi) melalui pendekatan komunikasi dengan tumpuan kepada kaedah-kaedah bagi memenangi hati rakyat

II. KAEDAH PENGURUSAN ISU

- a) **Pemantauan Media** - Pemantauan media dilaksanakan bagi mengenal pasti sama ada terdapat isu-isu berkaitan organisasi yang dibincangkan melalui semua saluran media seperti media elektronik, media cetak dan media sosial. *Sila rujuk Sektor Hal Ehwal Korporat, Bab II – Pemantauan Media.*
- b) **Analisis/Siasatan** - Isu dikenal pasti perlu dianalisis sebelum ianya menjadi krisis. Siasatan terperinci dengan mendapatkan input daripada Bahagian atau Agensi berkaitan untuk menyediakan *rebuttal*.
- c) **Tangkis (*Rebuttal*)** - Draf maklum balas disediakan hasil dari input yang diperolehi daripada Bahagian atau Agensi. Draf maklum balas yang disediakan perlulah jelas dan menyeluruh dalam menangkis segala tohmahan secara spesifik, konsisten dan berkesan. Draf ini perlu mendapat persetujuan dan kelulusan pemegang taruh (*stakeholder*) dan disalurkan kepada media yang berkenaan.
 - Contoh kaedah yang boleh diambil adalah dengan mengadakan sidang media atau mengeluarkan kenyataan media oleh Menteri, Ketua Setiausaha, Ketua Jabatan atau melalui infografik.
- d) **Laporan** – Pemegang taruh (*Stakeholder*) dimaklumkan hasil pengurusan isu yang dilaksanakan sama ada dalam bentuk laporan harian/mingguan/bulanan/suku tahun (jika perlu).
- e) **Tindakan Pembetulan dan Penambahbaikan Perkhidmatan** - Sebarang ketakakuran atau kecacatan dasar/ peraturan perlu dimaklumkan kepada pemegang taruh (*stakeholder*) untuk kajian semula.



III. PROSES KERJA PENGURUSAN ISU

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Memantau isu di media cetak, elektronik dan sosial (blog/laman sosial/sesawang) artikel yang berkaitan dengan Kementerian/Jabatan/Agensi	KKK
2.	Kenal pasti jenis berita positif/negatif/neutral.	KKK
3.	Sekiranya positif, kongsi di laman sosial/laman sesawang Kementerian/Jabatan/Agensi.	KKK
4.	Sekiranya negatif, maklumkan dan rujuk kepada pemegang taruh (<i>stakeholder</i>). Persepsi yang negatif perlu diurus dalam tempoh 24 jam.	KKK/Ketua Jabatan
5.	Dapatkan input daripada Bahagian atau Agensi berkaitan.	KKK/Pegawai berkaitan
6.	Sediakan draf <i>rebuttal</i> untuk kelulusan dan tentukan jurucakap.	KKK/Pegawai berkaitan
7.	Menyalurkan <i>rebuttal</i> melalui media elektronik/ media cetak/media sosial atau media berkenaan sahaja.	KKK/Ketua Jabatan
8.	Membetulkan liputan yang tidak tepat melalui semua media.	KKK
9.	Fail dan dokumenkan untuk tujuan rekod dan rujukan.	KKK/Ketua Jabatan
10.	Menyediakan Q&A untuk dipaparkan di Portal Kementerian/Jabatan/Agensi bagi memberi maklum balas terhadap aduan berulang.	KKK

INFO

Dokumen Rujukan:

Arahan Perkhidmatan, Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam Bilangan 1 Tahun 2009 – Penambahbaikan Proses Pengurusan Aduan Awam dan Perintah Am.

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Pengurusan Pelanggan

PENGURUSAN PELANGGAN

Bidang tugas pengurusan pelanggan yang melibatkan Unit Komunikasi Korporat atau Pegawai Perhubungan Awam adalah seperti berikut:

- i. Perkhidmatan Pelanggan/Kaunter;
- ii. Kepuasan Pelanggan;
- iii. Piagam Pelanggan;
- iv. Hari Bertemu Pelanggan; dan
- v. *Delighting the Customer*.

I. PERKHIDMATAN PELANGGAN / KAUNTER

Perkhidmatan pelanggan atau kaunter bertindak dalam menyelaraskan penyampaian perkhidmatan barisan hadapan dan maklum balas pelanggan yang melibatkan:

- a) **Pertanyaan** – Tindakan orang awam untuk mendapatkan maklumat daripada sumber yang sah berhubung sesuatu perkara.
- b) **Aduan Awam** – Pengaduan-pengaduan orang ramai mengenai ketidakpuasan mereka terhadap sebarang tindakan pentadbiran Kerajaan termasuk agensi-agensi yang diswastakan dan institusi-institusi yang berbentuk monopoli dan membekalkan keperluan- keperluan awam (*public utilities*) yang dirasakan tidak adil, tidak mematuhi undang-undang dan peraturan sedia ada, termasuk salah laku, penyelewengan, salah guna kuasa, salah tadbir dan seumpamanya. (Pekeliling Kemajuan Pentadbiran Awam BIL. 1 Tahun 2009). Pengaduan-pengaduan awam meliputi semua aspek pentadbiran Kerajaan kecuali perkara-perkara yang berada di bawah bidang kuasa Suruhanjaya Pencegahan Rasuah Malaysia, Biro Bantuan Guaman, Jawatankuasa Khas Kabinet Mengenai Pengurusan Kerajaan dan Jawatankuasa Kira-Kira Awam.
- c) **Cadangan** – Buah fikiran, pendapat, saranan dan usul yang dikemukakan untuk menambahbaik penyampaian sistem perkhidmatan.

SKOP PENGURUSAN ADUAN AWAM

- a) **Rekod dan Pendaftaran** – Merekod dan mendaftarkan setiap aduan yang diterima.
- b) **Penyelarasan dan Maklum Balas** – Memberi akuan penerimaan dalam tempoh (1) hari bekerja dan maklum balas awal dalam tempoh 3 hari bekerja.
- c) **Pelaporan kepada pihak pengurusan** – Membuat pelaporan kepada pihak Pengurusan Tertinggi dalam Mesyuarat Pengurusan Kementerian/Jabatan/Agensi.
- d) **Pengurus Prosedur Kualiti Pengurusan Aduan** – Unit Komunikasi Korporat Kementerian/ Jabatan/Agensi adalah bertanggungjawab terhadap kualiti pengurusan aduan.

II. KEPUASAN PELANGGAN

- a) **Kajian** - Kajian Kepuasan Pelanggan bertujuan mendapatkan maklum balas pelanggan untuk mengukur tahap penyampaian perkhidmatan awam.
- b) **Kajian manual dan dalam talian** - Kajian dilaksanakan secara manual dan dalam talian melibatkan responden secara menyeluruh.
- c) **Peti Cadangan** - Memastikan peti cadangan disediakan di setiap Bahagian Kementerian/Jabatan/Agensi dan ditempatkan di lokasi yang bersesuaian. Peti cadangan dibuka dua (2) kali sebulan dan laporan hendaklah dibuat dan diangkat kepada Pengurusan Tertinggi.
- d) **Borang Aduan** - Borang Aduan boleh didapati di kaunter perkhidmatan pelanggan dan juga boleh diakses di laman sesawang secara dalam talian.
- e) **Mystery Shopping** - Pelaksanaan *Mystery Shopping* secara berkala bagi memastikan keperluan terhadap penyampaian perkhidmatan awam dapat dipenuhi dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

III. PIAGAM PELANGGAN

Laporan Prestasi Secara Bulanan dibentangkan di peringkat Pengurusan Tertinggi dan dipaparkan di laman sesawang Kementerian/Jabatan/Agensi.

IV. HARI BERTEMU PELANGGAN

Memastikan Kementerian/Jabatan/Agensi mengadakan Hari Bertemu Pelanggan secara berkala yang dilaksanakan melalui kaedah bersemuka dan dalam talian.

V. DELIGHTING THE CUSTOMER

Menyediakan kemudahan mesra pelanggan dan hospitaliti (ruang menunggu yang selesa, tempat letak kereta, lif, *coffee corner*, tandas dan sebagainya) bagi memudahkan pelanggan atau orang ramai berurusan dan mendapat perkhidmatan yang cekap dan mesra.

INFO

Dokumen Rujukan:

- ▶ Pekeliling Kemajuan Perkhidmatan Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2008 – PANDUAN PENGURUSAN PERHUBUNGAN PELANGGAN.
- ▶ Pekeliling Kemajuan Perkhidmatan Awam (PKPA) Bilangan 1 Tahun 2009 – PANDUAN PENAMBAHBAIKAN PROSES PENGURUSAN ADUAN AWAM.
- ▶ Sila rujuk laman web Unit Pemodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU) di www.mampu.gov.my.

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Pengurusan Risiko

I. PENGURUSAN RISIKO

a) Penilaian Risiko Keselamatan Maklumat Sektor Awam

Penilaian Risiko Keselamatan Maklumat Sektor Awam bertujuan membolehkan sektor awam mengukur, menganalisis tahap risiko aset maklumat dan seterusnya mengambil tindakan untuk merancang dan mengawal risiko.

Kerajaan telah mengeluarkan **Surat Pekeliling Am Bilangan 6 Tahun 2005 : Garis Panduan Penilaian Risiko Keselamatan Maklumat Sektor Awam** bagi memaklumkan kepentingan dan cara melaksanakan penilaian risiko keselamatan maklumat di sektor awam. Garis Panduan Penilaian Risiko Keselamatan Maklumat Sektor Awam ini menyediakan kaedah dalam penilaian risiko maklumat supaya proses penilaian dapat dilaksanakan dengan sistematik dan berkesan.

b) Garis panduan ini mempunyai dua (2) bahagian utama iaitu:

The Malaysian Public Sector Information Security High-Level Risk Assessment (HiLRA) Guide bertujuan memberi panduan melaksanakan penilaian risiko maklumat untuk mendapatkan gambaran awal tahap risiko yang terdapat dalam sistem maklumat agensi.

The Malaysian Public Sector Information Security Risk Assessment Methodology (MyRAM) bertujuan menyediakan kaedah bagi melaksanakan penilaian risiko terperinci secara kualitatif terhadap aset ICT seperti ancaman, kelemahan, impak dan kemungkinan berlaku musibah bagi setiap aset dalam skop yang telah dipersetujui.

II. PERANAN DAN TANGGUNGJAWAB

Semua agensi Kerajaan hendaklah melaksanakan penilaian umum risiko ke atas sistem maklumat berpandukan kaedah HiLRA. Sekiranya penemuan HiLRA menunjukkan agensi mempunyai tahap risiko aset maklumat yang tinggi, maka penilaian risiko terperinci berpandukan kaedah MyRAM perlu dilaksanakan.

Memandangkan teknologi dan keperluan keselamatan maklumat sering berubah, maka Kementerian/Jabatan/Agensi digalakkan melaksanakan penilaian risiko ke atas aset maklumat secara berkala untuk mendapat gambaran mengenai tahap keselamatan secara berterusan.

Ketua-Ketua Jabatan hendaklah :

- a) Memastikan penilaian risiko keselamatan maklumat dilaksanakan.
- b) Mengambil tindakan susulan bagi mengurangkan risiko maklumat berdasarkan hasil penemuan penilaian risiko yang dijalankan.

III. PELAN KOMUNIKASI DAN KRISIS

Pelan Komunikasi Krisis menyediakan polisi dan prosedur untuk mengkoordinasi komunikasi antara Kementerian/Jabatan/Agensi termasuk pihak media, badan pengawal, pelanggan, pembekal dan pemegang taruh (*stakeholder*) semasa berlakunya sesuatu krisis/bencana/isu kontroversial.

Sesuatu krisis/bencana/isu kontroversial perlu diberi penjelasan kepada pihak awam untuk menghalang dari berlakunya ancaman kepada ketenteraman awam dan memastikan perkhidmatan kritikal sesuatu Kementerian/Jabatan/Agensi itu diteruskan.

Pelan Komunikasi Krisis bukan sahaja bertujuan memberi respon terhadap hubungan media dan komunikasi tetapi juga menyediakan prosedur dan tatacara tentang penubuhan pusat komunikasi dan peranan ahli-ahli yang menganggotai Pasukan Komunikasi Krisis (Crisis Communication Team – CCT). Pegawai Perhubungan Awam merupakan ahli CCT.

INFO

Dokumen Rujukan:

1. Malaysian Public Sector Management of Information & Communications Technology Security Handbook (MyMIS).
2. Surat Pekeliling Am Bilangan 6 Tahun 2005 - Garis Panduan Penilaian Risiko Keselamatan Maklumat Sektor Awam.
3. Pelan Komunikasi Krisis Kementerian/Jabatan/Agensi.



Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Promosi & Publisiti

I. PROMOSI DAN PUBLISITI

Promosi dan Publisiti adalah satu usaha perhubungan awam untuk menguar-uarkan dasar, program, perkhidmatan dan produk serta aktiviti melalui pelbagai media kepada kumpulan sasar/masyarakat secara berbayar atau percuma.

Aktiviti publisiti yang melibatkan media eletronik adalah seperti berikut:

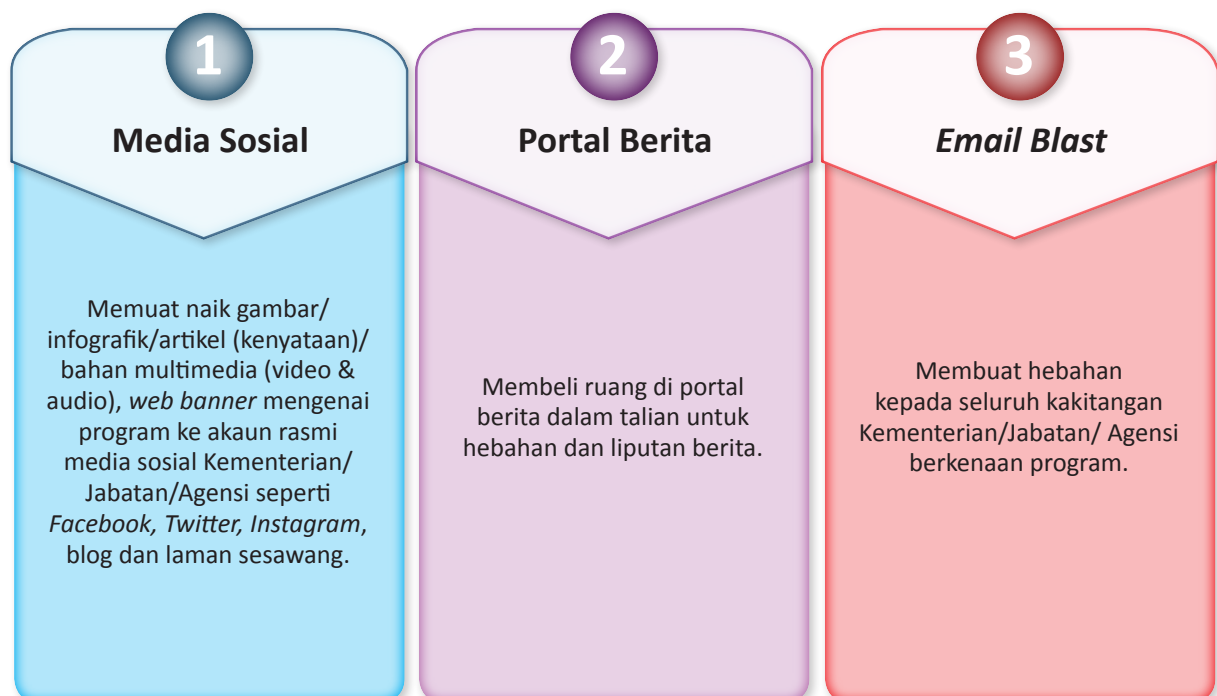
a) Media Elektronik

1. **Televisyen** – Hebahan dalam bentuk program majalah, bual bicara, liputan berita, promo, video montaj, treler, rerayap, dan drama.
2. **Radio** – Pengumuman awam (PSA), bual bicara, *jingles*, liputan berita, dan seksta.

b) Media Cetak

1. **Surat khabar/Majalah** – Artikel, liputan berita, siaran media, iklan, *advertorial*, surat kepada pengarang berkaitan program ke semua organisasi akhbar, membeli ruangan di akhbar untuk liputan program serta membeli ruangan iklan di akhbar untuk hebahan program.

c) Media Online



II. PROSES KERJA PROMOSI DAN PUBLISITI PROGRAM/AKTIVITI

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/DIRUJUK
1.	Menerima arahan atau inisiatif Bahagian.	Pengurusan Tertinggi/ KKK
2.	Mengadakan perbincangan/mesyuarat.	KKK
3.	Merancang <i>story house/board</i> , pelan komunikasi dan penyediaan bajet program.	KKK
4.	Memohon untuk kelulusan KSU/KP/Pengarah.	KKK
5.	Menyelaras pelaksanaan program/aktiviti.	PPA
6.	Menyediakan bahan-bahan promo/hebahan.	PPA
7.	Memantau dan memastikan program/aktiviti berjalan lancar.	PPA
8.	Menyelaras <i>post-mortem</i> /kajian impak.	PPA
9.	Menyelaras penyediaan laporan.	PPA
10.	Menyediakan Kit Media (Siaran Media, Teks Ucapan, Buku Program).	PPA

III. PROSES KERJA PENGURUSAN TEMU BUAL DI MEDIA ELEKTRONIK DAN MEDIA CETAK

BIL.	PERKARA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/DIRUJUK
1.	Menerima arahan daripada Pengurusan Tertinggi atau cadangan untuk mengendalikan sesi temu bual.	Pengurusan Tertinggi
2.	Memohon slot temu bual di stesen radio dan televisyen.	PPA
3.	Menyediakan soalan dan jawapan (Q&A).	PPA
4.	Mendapatkan kelulusan daripada Pengurusan Tertinggi.	KKK/PPA/ Pengurusan Tertinggi
5.	Menghantar Q&A kepada pihak media.	PPA
6.	Mengenal pasti jurucakap dengan kelulusan Pengurusan Tertinggi.	KKK
7.	Menyediakan bahan promosi mengenai temu bual untuk hebahan.	PPA
8.	Menyelaras sesi temu bual.	PPA
9.	Memuatnaik rakaman sesi temu bual termasuk foto ke portal dan media sosial organisasi.	PPA
10.	Memohon salinan sesi temu bual.	PPA

IV. PROSES KERJA PENGURUSAN HEBAHAN MELALUI MEDIA ELEKTRONIK, MEDIA CETAK DAN MEDIA SOSIAL

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menerima arahan daripada Pengurusan Tertinggi untuk menguruskan hebahan di media cetak, media elektronik dan media sosial.	Pengurusan Tertinggi
2.	Menghantar surat rasmi beserta bahan promo kepada stesen radio/ televisyen.	PPA
3.	Menghubungi pihak stesen televisyen/radio/admin media sosial dan mendapatkan maklum balas.	PPA
4.	Memastikan pesanan Kerajaan (LO) telah dikeluarkan (jika berbayar).	PPA/Kewangan
5.	Membuat pemantauan siaran hebahan.	PPA
6.	Merekod surat atau e-mel yang dikeluarkan.	PPA
7.	Memohon salinan hebahan.	PPA

V. PROSES KERJA PENGURUSAN LIPUTAN KHAS/BERITA/RENCANA BAGI SIARAN DI MEDIA ELEKTRONIK, MEDIA CETAK & MEDIA SOSIAL

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menerima arahan daripada Pengurusan Tertinggi atau inisiatif UKK untuk menguruskan penulisan berita dan rencana.	Pengurusan Tertinggi
2.	Menyediakan berita dan mengumpul gambar yang bersesuaian.	PPA
3.	Memastikan berita tersebut mendapat persetujuan Pengurusan Tertinggi.	Pengurusan Tertinggi
4.	Mengeluarkan siaran media kepada <i>editor</i> .	PPA
5.	Menghubungi <i>editor</i> untuk mendapatkan ruangan yang bersesuaian.	PPA
6.	Memantau berita/rencana tersebut di akhbar dan media cetak.	PPA
7.	Keratan akhbar diimbis dan dimuat naik di media sosial untuk hebahan.	PPA
8.	Intipati rencana dijadikan infografik untuk dimuat naik di media sosial.	PPA
9.	Keratan akhbar difailkan sebagai bahan arkib Kementerian/ Jabatan/ Agensi.	PPA

VI. PROSES KERJA MERANCANG, MENYELARAS DAN MELAKSANAKAN STRATEGI PROMOSI DAN PUBLISITI PROGRAM/AKTIVITI KHAS

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menerima arahan daripada Ketua Komunikasi Korporat/Pengerusi Jawatankuasa program/ aktiviti.	KKK/Pengerusi Jawatankuasa Program/Aktiviti
2.	Berbincang atau menghadiri mesyuarat Jawatankuasa program/aktiviti berkenaan.	KKK/PPA
3.	Sediakan kertas cadangan perancangan strategik publisiti dan promosi (pelan media/ pelan komunikasi strategi).	KKK/PPA
4.	Publisiti media cetak (rencana di surat khabar, berita, iklan, brosur, <i>flyers</i>); Publisiti media elektronik (promo tv, rereyap, promo radio, jingles, wawancara tv/radio); Publisiti luar (<i>outdoor advertising- billboard banner, bunting, poster</i>); dan Media sosial, portal dan laman sesawang.	PPA
5.	Membentangkan kertas cadangan perancangan strategik publisiti dan promosi di dalam mesyuarat/bincang dengan Ketua Komunikasi Korporat.	PPA
6.	Membuat penyelarasan dengan agensi/ institusi yang terlibat seperti pihak media, syarikat periklanan dan majlis tempatan/ Pihak Berkuasa Tempatan (dari segi kelulusan pemasangan bahan publisiti luar).	PPA
7.	Membentangkan draf ' <i>mock up</i> ' dan ' <i>proof reading</i> ' bahan-bahan untuk cetakan atau siaran kepada Ketua Komunikasi Korporat/ Pengerusi Jawatankuasa program/aktiviti.	PPA
8.	Hantar kepada pembekal untuk cetakan publisiti luar dan bahan promo kepada media cetak dan elektronik yang berkaitan.	PPA
9.	Mengadakan taklimat media/sidang media/ majlis pelancaran dan menyediakan Kit Media.	PPA
10.	Melaksanakan <i>post mortem</i> /kajian impak.	PPA
11.	Membentangkan hasil kajian untuk penambahbaikan program.	PPA
12.	Tindakan fail dan dokumentasi untuk rekod dan rujukan.	PPA

INFO

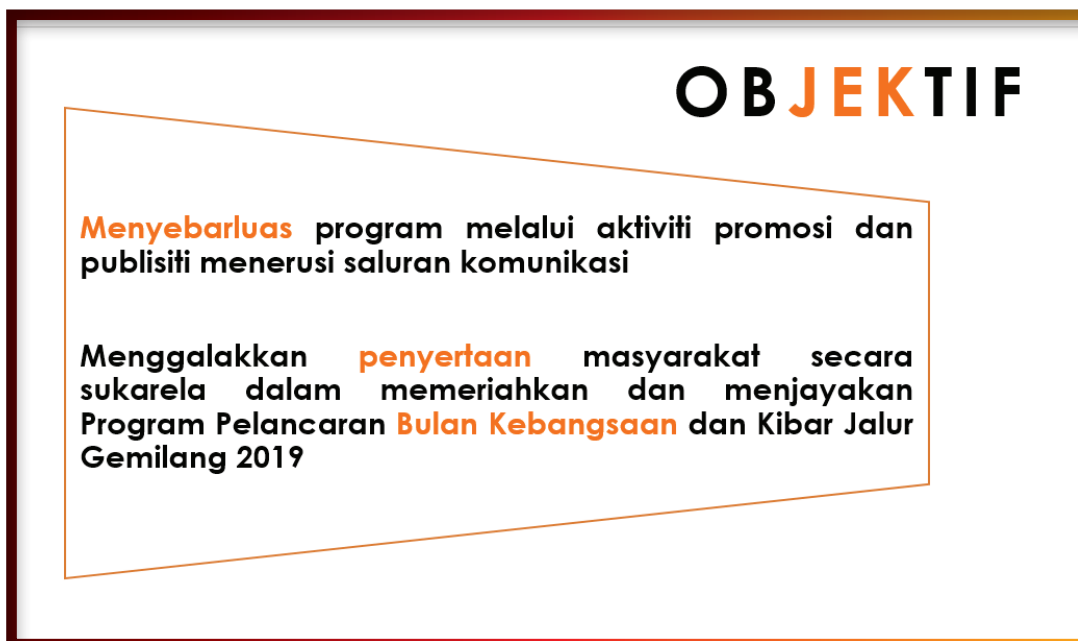
Rujukan :

1. Akta Rahsia Rasmi 1972
2. Akta Mesin Cetak/Penerbitan 1984
3. Akta Multimedia dan Komunikasi 1998

VII. CONTOH PELAN KOMUNIKASI/PELAN MEDIA

Pelan Komunikasi/Pelan Media

Contoh Pelan Komunikasi Pelancaran Program Bulan Kebangsaan & Kibar Jalur Gemilang 2019 oleh Jabatan Penerangan Malaysia.



TEMA & RASIONAL TEMA

SAYANGI MALAYSIAKU : MALAYSIA BERSIH

Sayangi Malaysiaku : Malaysia Bersih - menekankan kepentingan perpaduan dan semangat cintakan negara bagi memastikan kesejahteraan dan kemakmuran negara tanpa mengira perbezaan kaum, agama, dan bangsa disamping menonjolkan nilai integriti dan jati diri rakyat Malaysia yang bersih daripada unsur negatif

HASHTAG

#sayangimalaysiaku
#malaysiabersih
#kemakmuranbersama
#kitamalaysia

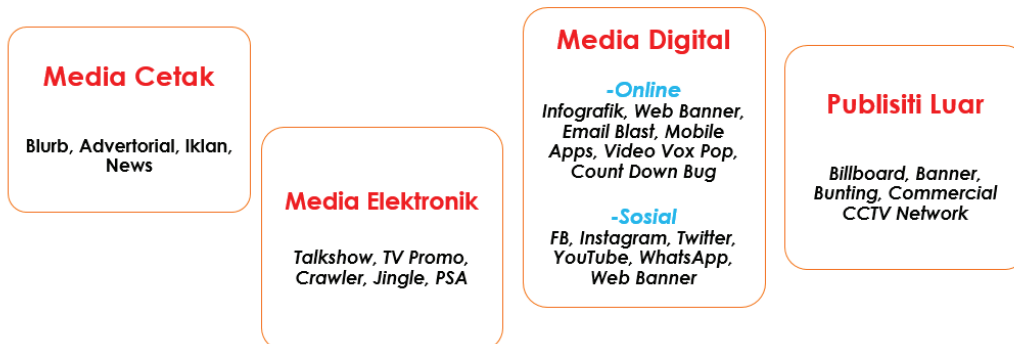


AKTIVITI **PROMOSI** DAN **PUBLISITI**



PRA **PUBLISITI**

22 Julai – 1 Ogos 2019



CADANGAN JURUCAKAP SLOT TEMUBUAL TV/RADIO

- ▶ YBM KKMM
YBTM KKMM
Timbalan Ketua Pengarah JaPen (KD)
Pengarah BPKPM
Pengarah JaPen Melaka
- ▶ **Ketua Menteri / Exco Negeri Melaka**
Setiausaha Kerajaan Negeri Melaka



CADANGAN JURUCAKAP DAN SLOT WAWANCARA TV

9-11 – BNC (15 minit)	YBM 31/7	SPM – TV1	YBTM 26/7 – 1/8
MHI – TV3	TKP (KD) 1/8	Ruang Bicara - BERNAMA	KM / Exco Melaka 26/7 – 1/8
Agenda – Astro Awani	TKP (KD) 30/7	Assalamualaikum -TV Al-Hijrah	Pengarah BPKPM 26/7 – 1/8
Agenda – Astro Awani	TKP (KD) 30/7	Borak Kopitiam – TV3	Pengarah JaPen 26/7 – 1/8

CADANGAN SLOT TEMUBUAL RADIO



CADANGAN CRAWLERS

Pilihan 1

Pelancaran Hari Kebangsaan dan Kibar Jalur Gemilang 2019 akan diadakan pada 3 Ogos 2019 bermula pukul 6.30 pagi hingga 12.00 malam di Dataran Pahlawan, Melaka. Orang ramai dijemput hadir.

Pilihan 2

Pelancaran Hari Kebangsaan dan Kibar Jalur Gemilang 2019 akan diadakan pada 3 dan 4 Ogos 2019 bermula pukul 6.30 pagi hingga 12.00 malam di Dataran Pahlawan, Melaka. Program ini akan dirasmikan oleh YAB Tun Dr. Mahathir Mohamad, Perdana Menteri pada 3 Ogos 2019. Orang ramai dijemput hadir.

Pilihan 3

Pelancaran Hari Kebangsaan dan Kibar Jalur Gemilang 2019 akan diadakan pada 3 dan 4 Ogos 2019 bermula pukul 6.30 pagi hingga 12.00 malam di Dataran Pahlawan, Melaka. Antara aktiviti yang akan diadakan adalah Bintang Patriotik, Pameran Caring Bridge, Konsert Sayangi Malaysiaku, Larian Merdeka, Senamrobik, Edaran Jalur Gemilang, Buskers, Food Trucks, Kembara Merdeka Negaraku, Zikir Sayangi Malaysiaku dan banyak lagi.

CADANGAN **HEBAHAN** RADIO

PILIHAN 1

 Pelancaran Hari Kebangsaan dan Kibar Jalur Gemilang 2019 akan diadakan pada 3 dan 4 Ogos 2019 bermula pukul 6.30 pagi hingga 12.00 malam di Dataran Pahlawan, Melaka.

Program yang berkonsepkan pemasaran bermaklumat melalui gabungan aktiviti pemimpin bersama rakyat, pameran bersepadu, jalinan kasih dan persembahan kebudayaan ini akan dirasmikan oleh **YAB Tun Dr. Mahathir Mohamad, Perdana Menteri Malaysia** pada 3 Ogos 2019 pukul 8.00 malam. Orang ramai dijemput hadir.

PILIHAN 2

 Pelancaran Hari Kebangsaan dan Kibar Jalur Gemilang 2019 akan diadakan pada 3 dan 4 Ogos 2019 bermula pukul 6.30 pagi hingga 12.00 malam di Dataran Pahlawan, Melaka.

Antara aktiviti yang akan diadakan adalah Bintang Patriotik, Pameran **Caring Bridge**, Konsert Sayangi Malaysiaku, Larian Merdeka, Senamrobik, Edaran Jalur Gemilang, Buskers, **Food Trucks**, Kembara Merdeka Negaraku, Zikir Sayangi Malaysiaku dan banyak lagi. Orang ramai dijemput hadir.

CADANGAN IKLAN **DAN EDITORIAL** (MEDIA CETAK)

HARIAN
METRO

Iklan
Half Page
**

NEWS STRAITS
TIMES

Iklan
Half Page
**

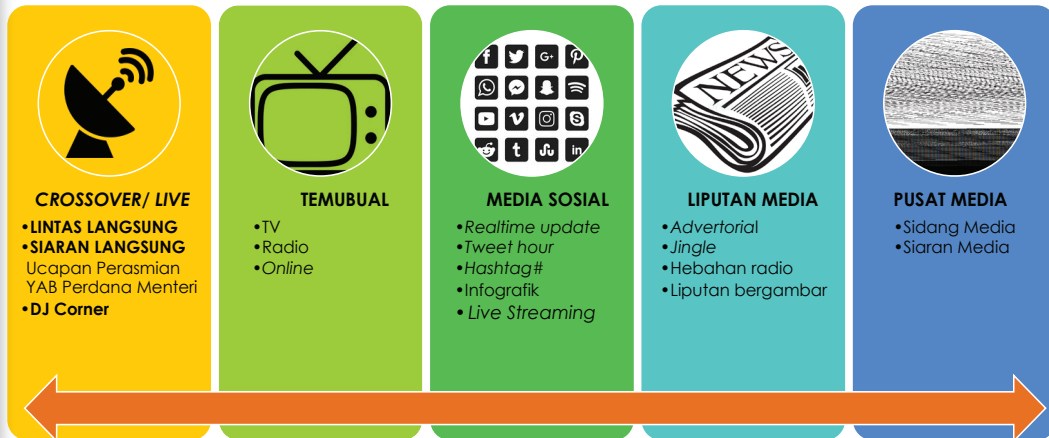
CHINA
PRESS

Iklan
Quarter Page
**

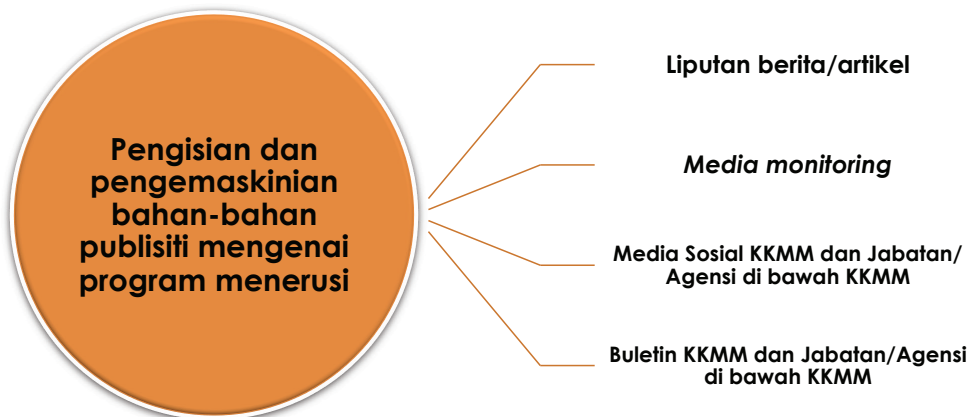
SINAR
HARIAN

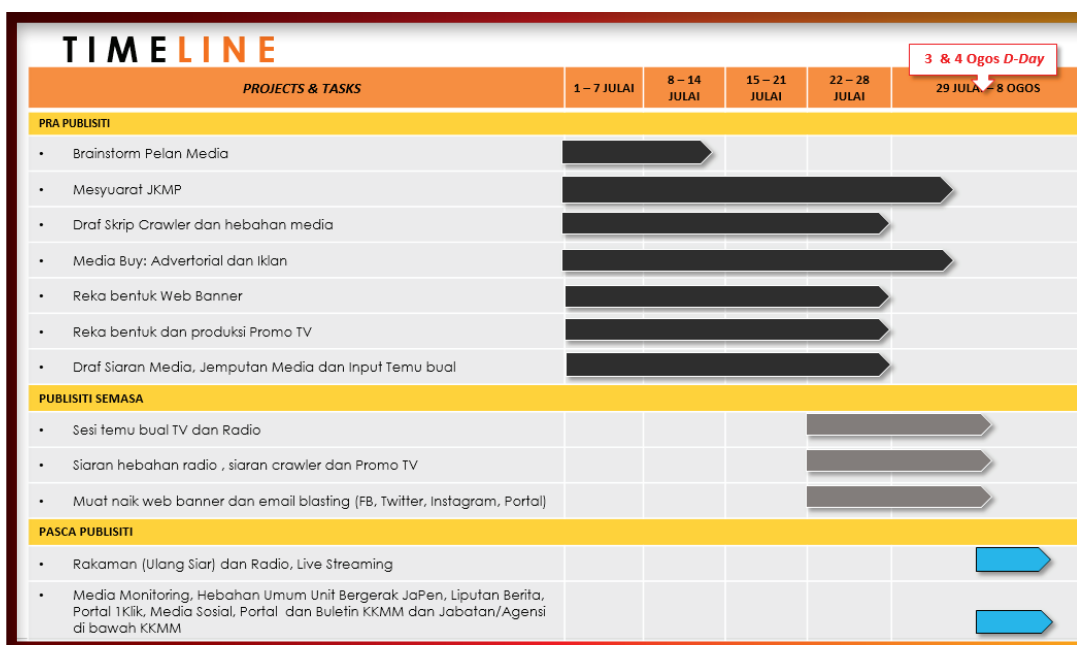
Editorial
**

PUBLISITI SEMASA



PASCA PUBLISITI





CADANGAN OPERASI & KEPERLUAN PUSAT MEDIA		
PUSAT MEDIA		SIDANG MEDIA / HOLDING ROOM
3 X Khemah Modular (Size: 20ft x 20ft) – bertutup + berhawa dingin 12 x Power Point 24 x Lighting - Running Coffee - Banner/ Bunting 1 x TV with Stand 2 x Papan kenyataan - Peta Kembara (route map) - Demografi penduduk 8 x tong sampah 20 x meja banquet (2ft x 5'ft) 80 x banquet chair 1 x generator set 100kpa		1 X Khemah Modular (Size: 20ft x 20ft) (VIP holding room) – bertutup + berhawa dingin - Platform (8ft x 8ft) with carpet - Backdrop structure and printing (8ft x 8ft) 50 x banquet chair - Sofa set (3 single seater) with coffee table 15 x Meja banquet (4' x 2') & Alas Meja - Basic set c/w 1 set speaker
KEPERLUAN ICT		KAWALAN MEDIA & KESELAMATAN
6 X komputer/ laptop (dengan perisian Adobe Photoshop dll) - Sistem jaringan komputer (internet) (Min 200 Mbps) - Unifi TV 1 x pencetak 12 x Extension Cable		8 x Tangga kambing (5ft(L) x 5ft(W) x 4ft(H)) 200 x Pas Khas 10 x Barricades – 6ft x 4ft - Borang pendaftaran media dalam talian (malaysiamerdeka.my) - Amband / west untuk media rasmi

"If I was down to the LAST DOLLAR of my marketing budget I'd spend it on PR!"
– Bill Gates

VIII. CONTOH RATE CARD

Sinar Sdn. Bhd.



2019/2020 MEDIA KIT

advertising rates & specification

DIGITAL AD						MAIN PAGE
AD OPTIONS	PRODUCTION COST	AD FORMAT	AD DIMENSION	BUY TYPE	WEEKLY RATE (RM)	ESTIMATED IMPRESSIONS
Standard *D&M	RM1,000	Leaderboard	728x90, 320x50	33%	12,000	300,000
	RM1,000	Expandable Leaderboard	728x90 to 728x200, 320x100 (Mobile in non expandable)	33%	15,000	300,000
	RM1,000	Super Leaderboard	970x90, 320x50	33%	15,000	300,000
	RM1,000	Header Banner	1024x90, 320x100	33%	16,000	300,000
	RM1,000	Medium Rectangular	300x250	33%	12,000	300,000
	RM1,000	Expandable Medium Rect	300x250 to 600x250, 300x250 (Mobile in non expandable)	33%	15,000	300,000
	RM1,000	Half Page	300x600	33%	18,000	300,000
	RM1,000	Masthead	970x250, 300x300	100%	8,000 (Daily)	-
Rich Media *D&M	RM3,000	Interstitial	800x600, 320x480	100%	10,000 (Daily)	-
	RM3,000	Catfish	970x90, 320x50	33%	14,000	300,000
	RM3,000	Expandable Catfish	970x90 to 970x500, 320x50 to 320x416	33%	18,000	300,000

DIGITAL AD						NEWS
AD OPTIONS	PRODUCTION COST	AD FORMAT	AD DIMENSION	BUY TYPE	WEEKLY RATE (RM)	ESTIMATED IMPRESSIONS
Standard *D&M	RM1,000	Leaderboard	728x90, 320x50	33%	10,000	250,000
	RM1,000	Expandable Leaderboard	728x90 to 728x200, 320x100 (Mobile in non expandable)	33%	12,000	250,000
	RM1,000	Super Leaderboard	970x90, 320x50	33%	12,000	250,000
	RM1,000	Header Banner	1024x90, 320x100	33%	13,000	250,000
	RM1,000	Medium Rectangular	300x250	33%	10,000	250,000
	RM1,000	Expandable Medium Rect	300x250 to 600x250, 300x250 (Mobile in non expandable)	33%	10,000	250,000
	RM1,000	Half Page	300x600	33%	15,000	250,000
	RM1,000	Masthead	970x250, 300x300	100%	5,000 (Daily)	-
Rich Media *D&M	RM3,000	Interstitial	800x600, 320x480	100%	8,000 (Daily)	-
	RM3,000	Catfish	970x90, 320x50	33%	10,000	350,000
	RM3,000	Expandable Catfish	970x90 to 970x500, 320x50 to 320x416	33%	15,000	250,000

 • www.sinarharian.com.my |
  • SinarHarian |
  • SinarOnline |
  • sinarharian |
  • Sinar.tv

advertising rates & specification

DIGITAL AD

INSIDE PAGE

AD OPTIONS	PRODUCTION COST	AD FORMAT	AD DIMENSION	BUY TYPE	RATE (RM)
Standard *D&M	RM1,000	Leaderboard	728x90, 320x50	CPM	35
	RM1,000	Expandable Leaderboard	728x90 to 728x200, 320x100 (Mobile in non expandable)	CPM	40
	RM1,000	Super Leaderboard	970x90, 320x50	CPM	45
	RM1,000	Header Banner	1024x90, 320x100	CPM	50
	RM1,000	Medium Rectangular	300x250	CPM	35
	RM1,000	Expandable Medium Rect	300x250 to 600x250	CPM	40
	RM1,000	Half Page	300x250 (Mobile in non expandable) 300x600	CPM	50
Rich Media *D&M	RM3,000	Interstitial	970x250	CPM	70
	RM3,000	In View Video	640x360	CPM	50
	RM3,000	In Image Video	624x125 (Responsive)	CPM	50
	RM3,000	Curtain Ad	976x469 (Responsive)	CPM	50
	RM3,000	Catfish	624x469 (Responsive)	CPM	40
	RM3,000	Expandable Catfish	970x90 to 970x500 320x50 to 320x416	CPM	50
In Stream Video	-	Pre Roll (15 Seconds)	640x360	CPM	40
	-	Pre Roll (30 Seconds)	640x360	CPM	70
Mobile	RM3,000	Mobile Interstitial	320x480	CPM	50
	RM3,000	Mobile Curtain Ad	640x1280	CPM	50
	RM3,000	Mobile Catfish	320 x 50 to 320 x416	CPM	40
Native	RM1,000	Branded Advertorial	-	Per Post	12,000
	RM500	Email Marketing	700x900	Per Email	35
	RM500	SMS Marketing	-	Per SMS	0.30
Social	RM500	Facebook Post	-	Per Post	5,000
	Depends on Concept	Facebook Live	-	Per Post	8,000
	RM500	Facebook Timeline Cover	820x312	Per Week	1,500
	Depends on Concept	Social Polling / Quizzes	-	Per Post	Bespoke
	Depends on Concept	Custom Brand Post	-	Per Post	Bespoke
	-	* Maps/Call/VonCon/GIF etc	-	-	-
	-	Instagram Post	-	Per Post	1,000
	-	Instagram Carousel	-	Per Post	2,250
Interactive Enggagemnet	Depends on Concept	Microsite	-	-	From RM10,000
	Depends on Concept	Mini Game	-	-	From RM5,000

DEADLINES
Digital
Booking Deadline
 2 weeks prior to insertion date
Material Deadline
 3 working days prior to insertion date
Cancellation
 4 weeks prior to insertion date

MATERIAL REQUIREMENTS
Format: JPG, GIF, HTML

T&C
 • Prime positions are non cancellable.
 • All confirmed booking must be published within the agreed calendar year.
 • A surcharge based from the normal rate will be levied for unfulfilled insertions.
 • Materials other than FPFC and standard banner's deadline is to be advised.

AGENCY COMMISSION
 • All accredited agencies will be entitled for 15% of agency commission.
 * Production cost is non - commissionable



www.sinarharian.com.my



SinarHarian



SinarOnline



sinarharian



Sinar.tv

advertising rates & specification

PRINT AD	RATE PER COLUMN		POSITION LOADING	
SINAR HARIAN'S EDITIONS	RATE PER COL	FULL COLOR SURCHARGE	Front Page	100%
NATIONAL EDITION 140,000 DAILY	MYR 35/COL	MYR 8,000	Page 3	50%
CENTRAL EDITION (KL/SELANGOR/PAHANG) 40,000 DAILY	MYR 20/COL	MYR 3,500	Front Half Positions	30%
EAST COAST EDITION (KELANTAN/TERENGGANU) 40,000 DAILY	MYR 20/COL	MYR 3,500	Double Page Spread	50%
SOUTH EDITION (MALACCA/NEGERI SEMBILAN/ JOHOR) 20,000 DAILY	MYR 18/COL	MYR 3,500	DPS (Across the Gutter)	100%
NORTH EDITION (PENANG/KEDAH/PERLIS/ PERAK) 40,000 DAILY	MYR20/COL	MYR3,500	Consecutive Pages	50%
			Facing Pages	50%
			Other Creative Sizes	Upon Negotiation
			* Rates are based on per single column centimeter	

DISPLAY RATE

ROP DISPLAY	NATIONAL (RM)	KELANTAN/TERENGGANU (RM)	KL /SELANGOR / PAHANG (RM)	MELAKA / N.SEMBILAN / JOHOR (RM)	KEDAH / PERLIS / P.PINANG / PERAK (RM)
Casual Rates	35.00	20.00	20.00	18.00	20.00
6 insertions	34.00	18.00	18.00	16.00	18.00
13 insertions	33.00	16.00	16.00	15.00	16.00
26 insertions	32.00	15.00	15.00	14.00	15.00
52 insertions	31.00	14.00	14.00	13.00	14.00
Join	-	14.00	14.00	14.00	14.00

Color Surcharge / National

1 Spot Process RM2,700.00 | 2 Spot Process RM4,000.00 | Full Color RM8,000.00

Color Surcharge / State

1 Spot Process RM1,400.00 | 2 Spot Process RM2,500.00 | Full Color RM3,500.00

CLASSIFIEDS

ROP DISPLAY	RECRUITMENT	NOTICES	CD : 4@3COL	SD : 2@1COL
Casual Rates	35.00	35.00	32.00	28.00
3 insertions	33.00	33.00	30.00	26.00
6 insertions	32.00	32.00	28.00	24.00
13 insertions	31.00	31.00	26.00	22.00
26 insertions	30.00	30.00	24.00	20.00
52 insertions	27.00	27.00	22.00	18.00

CLASSIFIED LINERS – Run Ons

First 20 Words RM20.00 | Additional words RM1.00 (per word) | Logo/Picture RM20.00
Out of Classified Section; 100% Loading

COLOR SURCHARGE / NATIONAL

1 Spot Process RM2,700.00 | 2 Spot Process RM4,000.00 | Full Color RM8,000.00

COLOR SURCHARGE / STATE

1 Spot Process RM1,400.00 | 2 Spot Process RM2,500.00 | Full Color RM3,500.00

Material Deadline

• 3 days before publication date

Booking Deadline:

• 1 week before publication date



www.sinarharian.com.my



SinarHarian



SinarOnline



sinarharian



Sinar.tv

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

Pengurusan Penerbitan

I. PENGURUSAN PENERBITAN

Pengurusan penerbitan merangkumi aktiviti penulisan, terjemahan, rakaman video dan audio, penyuntingan, percetakan, penghasilan produk digital dan laman sesawang. Contoh penerbitan ialah buletin, laporan tahunan, risalah yang boleh diedarkan dalam bentuk cetakan, cakera padat atau secara dalam talian. Manakala penerbitan video korporat digunakan sebagai bahan taklimat kepada pelawat luar dan pegawai-pegawai yang baru melaporkan diri di Kementerian/Jabatan/Agensi. Selain menjimatkan masa, video korporat juga berupaya membina imej korporat Kementerian/Jabatan/Agensi menerusi penerbitan yang komprehensif.

Bahan-bahan penerbitan dapat menyebarluas dan memasarkan maklumat menerusi semua saluran komunikasi sedia ada dan boleh diperolehi serta diakses dengan segera.

II. PROSES KERJA PENGURUSAN PENERBITAN BULETIN

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menyediakan kertas cadangan dan spesifikasi.	KKK/PPA
2.	Dapatkan kelulusan Pengurusan Tertinggi.	Pengurusan Tertinggi/ KKK
3.	Sediakan kandungan buletin: Perutusan Ketua Pengarang (KSU/TKSU/KP/ KKK); dan Bahan-bahan, artikel, foto dan lain-lain.	KKK
4.	Mengeluarkan panggilan sebut harga kepada syarikat percetakan dengan mengikuti prosedur kewangan yang telah ditetapkan (Pekeliling Perbendaharaan).	KKK/PPA
5.	Syarikat percetakan dilantik dan taklimat diberikan untuk menyediakan dami pertama berdasarkan spesifikasi.	KKK
6.	Menerima dami pertama dan proses penyuntingan.	KKK/PPA
7.	Dami yang telah dibuat penyuntingan diangkat untuk kelulusan Pengurusan Tertinggi.	KKK
8.	Dami yang telah diluluskan dihantar untuk percetakan.	KKK/PPA
9.	Edaran kepada kumpulan sasar: i. Pengurusan Tertinggi; ii. Kementerian/Jabatan/Bahagian/Agensi/; iii. Agensi media; iv. Perpustakaan, kaunter dan ruang menunggu; v. Agihan semasa aktiviti – lawatan, pameran dan lain-lain; dan vi. Hebahan e-mel serta muat naik di laman sesawang/media sosial dalam format <i>e-book</i> , <i>pdf</i> dan lain-lain.	KKK/PPA

III. PROSES KERJA PENGURUSAN PENERBITAN LAPORAN TAHUNAN

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menyediakan kertas cadangan dan spesifikasi.	KKK/PPA
2.	Dapatkan kelulusan Pengurusan Tertinggi.	Pengurusan Tertinggi/ KKK
3.	Penubuhan Jawatankuasa Kandungan melibatkan semua Jabatan/Bahagian/ Agensi di bawah Kementerian.	KKK/PPA
4.	Sediakan kandungan: Perutusan YB Menteri dan Ketua Setiausaha di peringkat laporan tahunan Kementerian; Perutusan oleh Ketua Pengarah bagi peringkat Jabatan/Agensi; dan Bahan-bahan, artikel, foto dan lain-lain.	Pengurusan Tertinggi/ KKK/PPA
5.	Mengeluarkan panggilan sebut harga kepada syarikat percetakan dengan mengikuti prosedur kewangan yang telah ditetapkan (Pekeliling Perbendaharaan).	Pengurusan Tertinggi/ KKK/PPA
6.	Syarikat percetakan dilantik dan taklimat diberikan untuk menyediakan dami pertama berdasarkan spesifikasi.	KKK/PPA
7.	Menerima dami pertama dan proses penyuntingan.	KKK/PPA
8.	Dami yang telah dibuat penyuntingan diangkat untuk kelulusan Pengurusan Tertinggi.	Pengurusan Tertinggi/ KKK/PPA
9.	Edaran kepada kumpulan sasaran: i. Pengurusan Tertinggi; ii. Bahagian/Jabatan/Agensi; iii. Kementerian/Jabatan/Agensi lain; iv. Agensi Media; dan v. Perpustakaan, kaunter dan ruang menunggu. vi. Muat naik pautan di laman sesawang media sosial dalam format pdf/e-book.	PPA

IV. PROSES KERJA PENGURUSAN PENERBITAN VIDEO KORPORAT

BIL.	PROSES KERJA	PEGAWAI YANG MELULUSKAN/ DIRUJUK
1.	Menyediakan kertas cadangan dan spesifikasi.	KKK/PPA
2.	Dapatkan kelulusan Pengurusan Tertinggi.	Pengurusan Tertinggi/ KKK
3.	Proses perolehan mengikut prosedur kewangan yang telah ditetapkan (Pekeliling Perbendaharaan). Sekiranya perolehan melibatkan RM100,000.00, Jawatankuasa Tender perlu ditubuhkan.	KKK/PPA
4.	Penubuhan Jawatankuasa Kandungan melibatkan semua Bahagian / Jabatan / Agensi di bawah Kementerian.	KKK/PPA
5.	Syarikat penerbitan dilantik dan taklimat diberikan oleh Jawatankuasa Kandungan untuk penyediaan video.	KKK/PPA
6.	Penyediaan skrip/ <i>story board</i> /montaj untuk pembentangan kepada Jawatankuasa Induk Penerbitan Video.	KKK/PPA
7.	Jawatankuasa Kandungan meluluskan skrip/ <i>story board</i> /montaj dan proses penggambaran dimulakan. Penggambaran hendaklah mengikut tempoh masa yang telah ditetapkan.	KKK/PPA
8.	Video yang telah siap diangkat untuk kelulusan Pengurusan Tertinggi.	KKK/PPA
9.	Penerbitan cakera padat (CD) Video Korporat atau mengikut format yang ditetapkan.	Pengurusan Tertinggi/ KKK
10.	Terima cakera padat (CD) Video Korporat daripada pembekal.	KKK/PPA
11.	Hebahan kepada kumpulan sasar seperti: i. Pelawat-pelawat; ii. Pegawai lantikan baru; iii. Pegawai Perhubungan Awam Kementerian/ Jabatan/Agensi; iv. Perpustakaan (arkib); v. Tayangan di lobi, ruang menunggu dan semasa pameran; dan vi. Muat naik ke <i>Youtube</i> dan pautan di laman sesawang/media sosial.	KKK/PPA

“PR means telling the truth and working ethically – even when all the media want is headlines and all the public wants is scapegoats. Public relations fails when there is no integrity.” – Viv Segal of Sefin Marketing

Manual Perhubungan Awam

SEKTOR PERHUBUNGAN AWAM DAN KHIDMAT PELANGGAN

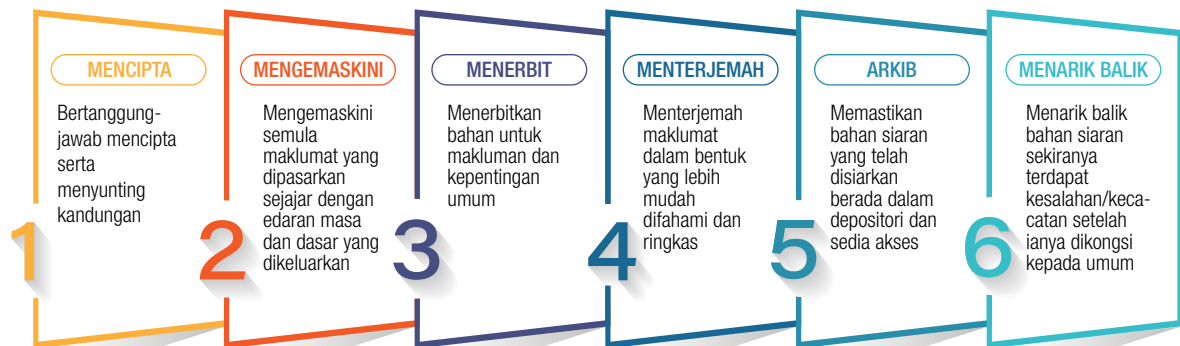
Pengurusan Kandungan Digital

I. PENGURUSAN KANDUNGAN DIGITAL

Pengurusan kandungan digital merangkumi tatacara pemasaran maklumat dalam bentuk infografik, video, berita serta artikel dalam talian yang diyakini bagi mengelakkan penularan berita palsu serta menjadi platform bagi memberi kejelasan kepada umum berkaitan sesuatu isu yang tular.

Pengurusan kandungan digital turut menjadi platform penyebaran maklumat sahih dan semasa secara pantas, meluas serta memberi inspirasi kepada rakyat.

II. KAEDAH PENGURUSAN KANDUNGAN DIGITAL



III. JENIS PENGURUSAN KANDUNGAN DIGITAL



IV. PROSEDUR OPERASI STANDARD (SOP) PENGURUSAN MEDIA SOSIAL RASMI JABATAN PENERANGAN MALAYSIA (JAPEN)

Pendahuluan

Jabatan Penerangan Malaysia kini telah menjadikan media sosial sebagai saluran komunikasi terbaik untuk berkongsi dan menyebarkan maklumat secara meluas, tepat dan cepat melalui capaian internet. Media sosial juga telah membuka ruang JaPen untuk menjalinkan hubungan yang lebih berkesan dengan pelanggan melalui interaksi dua hala. Hebahan dan promosi berkaitan program dan aktiviti JaPen dapat diperluas.

Tujuan

1. Prosedur Operasi Standard (SOP) Pengurusan Media Sosial Rasmi ini adalah bertujuan untuk memaklumkan langkah-langkah yang perlu dilaksanakan dalam menguruskan media sosial rasmi bagi Jabatan Penerangan Malaysia.
2. SOP Pengurusan Media Sosial Rasmi ini merupakan sebahagian daripada usaha untuk memperkukuh strategi mempromosi dan penyampaian info terkini Jabatan Penerangan Malaysia.
3. SOP Pengurusan Media Sosial Rasmi ini menjadi panduan dan rujukan dari semasa ke semasa sebagai usaha untuk memperkasa imej JaPen.

Latar belakang

1. Pengurusan media sosial merupakan salah satu strategi komunikasi yang paling berkesan dalam menyampaikan informasi dengan lebih berkesan.
2. Penggunaan media sosial dapat menyebarluaskan informasi di samping membina imej jabatan selaras dengan visi JaPen Membina Masyarakat Terhubung dan Berinformasi.

Pelaksanaan

1. Bahagian Media Siber (BMS) di Ibu Pejabat JaPen dan Cawangan Media Siber (CMS) di negeri-negeri perlu menggunakan media sosial secara agresif untuk menyebarluaskan informasi Jabatan Penerangan Malaysia.
2. Beberapa prosedur telah ditetapkan bagi memperkukuhkan lagi strategi penyampaian melalui media sosial rasmi. Pengukuhan strategi meliputi tatacara dan kriteria pemilihan yang telah ditetapkan Jabatan Penerangan Malaysia.

- a. Media sosial rasmi Jabatan Penerangan Malaysia:

Instagram : <https://www.instagram.com/japenmalaysia>
Facebook : <https://www.facebook.com/penerangan/>
Twitter : <https://twitter.com/JPenerangan>
Youtube : <https://www.youtube.com/channel/UCuVoIQqgN9vEAdiBmOyULdA>
Laman web : <https://www.penerangan.gov.my/index.php/ms/>

3. Tatacara dan kriteria pemilihan kandungan berita/bahan/melalui media sosial rasmi jabatan adalah seperti berikut:
 - a. Menggunakan ayat yang lengkap dan jelas maksudnya;
 - b. Memastikan setiap komen/pernyataan atau maklumat yang dikongsi:
 - i. Tidak menjejaskan imej Kerajaan;
 - ii. Tidak bercanggah dengan dasar Kerajaan;
 - iii. Tidak mengandungi maklumat rahsia dan isu-isu sensitif seperti agama, politik dan perkauman yang boleh menyentuh sensitiviti umum;
 - iv. Tidak mengandungi unsur lucah;
 - v. Tidak mengandungi unsur fitnah, hasutan dan menyalahi undang-undang;
 - vi. Tidak mengaibkan individu/kumpulan tertentu
 - c. Sebarang pengumuman rasmi Kementerian Komunikasi dan Multimedia Malaysia (KKMM), dan sumber utama daripada BERNAMA dan RTM boleh dimuat naik di media rasmi Jabatan Penerangan Malaysia seterusnya dikongsi oleh bahagian/JaPen Negeri dalam tempoh satu (1) hari bekerja.
 - d. BMS perlu membuat pemantauan setiap bahan hebahan yang akan dimuat naik di media sosial rasmi JaPen di negeri termasuk media sosial Pusat Maklumat Rakyat (PMR).
4. Bahagian/Cawangan bertanggungjawab menyediakan bahan/informasi terkini bagi tujuan hebahan di media sosial:
 - a. Admin media sosial rasmi JaPen perlu memuat naik minima lima keping gambar atau video tentang program/aktiviti rasmi yang telah dilaksanakan dalam tempoh satu (1) hari dari tarikh aktiviti berlangsung.
 - b. Pemilihan foto/video adalah berdasarkan kriteria berikut:
 - i. Foto/video yang menunjukkan pelaksanaan program/aktiviti JaPen secara profesional dan mempamerkan wajah-wajah VVIP yang hadir.
 - ii. Foto video hendaklah disertakan dengan penerangan (kapsyen).
 - iii. Foto/video yang boleh meningkatkan imej JaPen dan KKMM.
 - iv. Foto/video yang boleh mengalakkan perbincangan serta percambahan idea kreatif dan inovasi;
 - v. Foto/video yang dapat mempromosikan program dan aktiviti JaPen.
 - vi. Foto/video hendaklah jelas (*sharp*). Contoh: Bahan/artikel surat khabar perlu diimbas terlebih dahulu sebelum dimuat naik.
 - c. Foto/video yang perlu dielakkan adalah seperti berikut:
 - i. Foto/video yang tidak sesuai dan tidak berkaitan dengan program/aktiviti JaPen. Contoh: Program ceramah tetapi foto menunjukkan pegawai sedang menikmati jamuan;
 - ii. Foto/video yang boleh menjejaskan imej dan etika pegawai JaPen. Contoh: Foto pegawai dengan mata terpejam, menggaru atau sedang menguap;
 - iii. Foto/video yang diambil dari sudut yang tidak sesuai. Contoh: Bilik seminar yang kosong;
 - iv. Bahan/artikel surat khabar yang dimuat naik terus dari telefon bimbit.

5. Pasukan Pengendali Media Sosial JaPen bertanggungjawab untuk:
- Menyemak dan mengemaskini kandungan media sosial secara berterusan.
 - Menyemak dan memilih foto/video yang sesuai untuk dimuat naik.
 - Memberi maklum balas kepada pertanyaan di peti pesanan dengan serta-merta selepas menerima input berkaitan.
 - Menggunakan ayat yang lengkap dan jelas maksudnya.
 - Menggalak dan mempromosikan penggunaan media sosial JaPen.
 - Menapis komen/penyataan atau maklumat daripada netizen.
 - Menghapuskan pautan/iklan/perkhidmatan yang ditawarkan oleh pihak luar yang sama sekali tidak berkaitan dengan Kerajaan serta mewujudkan pautan kepada blog/laman web/media sosial yang berkaitan dengan JaPen, KKMM atau Kerajaan sahaja.
6. Perkongsian berita/program/aktiviti KKMM di media sosial rasmi JaPen:
- CMS/PMR perlu memberikan pautan hantaran masing-masing kepada pengendali media sosial rasmi BMS Ibu Pejabat bagi tujuan pemantauan berkala secara harian.
 - Laporan media sosial rasmi boleh dihantar melalui grup WhatsApp atau e-mel rasmi BMS
 - Pengendali media sosial JaPen akan berkongsi berita/program/aktiviti mengikut kriteria perkara no. 3 (b).
7. Penggunaan tanda pagar juga adalah merupakan salah satu enjin pencarian di media sosial dan memudahkan orang awam mencari informasi. Berikut adalah tanda pagar yang disarankan di media sosial JaPen:
- ▶ #JabatanPenerangan
 - ▶ #SayangiMalaysiaku
 - ▶ #MalaysiaBersih
 - ▶ #KemakmuranBersama
 - ▶ #Belanjawan2020
 - ▶ #KitaMalaysia
 - ▶ #Malaysia



GLOSARI

DYMM	Duli Yang Maha Mulia
TYT	Tuan Yang Terutama
VVIP	<i>Very Very Important Person</i> (Tetamu Kehormat)
KSU	Ketua Setiausaha
TKSU	Timbalan Ketua Setiausaha
KP	Ketua Pengarah
KKK	Ketua Komunikasi Korporat
PPA	Pegawai Perhubungan Awam
UKK	Unit Komunikasi Korporat
RTM	Radio Televisyen Malaysia
ICT	<i>Information and Communication Technology</i>
BMKK	Bahagian Media dan Komunikasi Korporat
BPKPM	Bahagian Perkhidmatan Komunikasi dan Pembangunan Masyarakat
BGSPI	Bahagian Gerak Saraf dan Pengurusan Isu
BKPK	Bahagian Khidmat Pengurusan dan Kewangan
BTD	Bahagian Teknologi Digital
BKVS	Bahagian Komunikasi Visual dan Seni Reka

Penghargaan

Jabatan Penerangan Malaysia merakamkan penghargaan serta ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi kerjasama bagi menerbitkan Manual Perhubungan Awam ini.

Manual ini adalah sebagai rujukan sahaja dan boleh disesuaikan mengikut Jabatan/Kementerian masing-masing.



Kompleks Kementerian Komunikasi dan Multimedia,
No. 4G9, Persiaran Perdana,
Presint 4, 62100 Putrajaya.

☎ 603-89113440
☎ 603-89113466
✉ webmaster@inform.gov.my

 penerangan.gov.my
 www.facebook.com/penerangan
 twitter.com/JPenerangan
 [instagram.com/japenmalaysia](https://www.instagram.com/japenmalaysia)
 www.flickr.com/photos/fotopenerangan
 www.youtube.com/user/jabatanpenerangan