



مجلس إمامة الإسلام
MAJLIS AGAMA ISLAM MELAKA

GARIS PANDUAN PENERAPAN

ETIKA

PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
KAKITANGAN MAIM



TARIKH KEMASKINI: 5 APRIL 2023

UNIT INTEGRITI, MAJLIS AGAMA ISLAM MELAKA
Kompleks Pusat Islam, Bukit Palah, 75400, Melaka.

Telefon : 06 - 283 7416 | E-mel : integriti@maim.gov.my | Faksimile : 06 - 288 2792

ISI KANDUNGAN

BIL	PERKARA	MUKA SURAT
1	PENDAHULUAN	1
2	DEFINISI	1
3	MEMANFAATKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SECARA RASMI	1
4	MEDIA SOSIAL SALURAN MENYAMPAIKAN MAKLUMAT	1
5	TAFSIRAN	2
6	TATACARA UMUM PEMILIHAN KANDUNGAN MEDIA SOSIAL MAIM	2
7	ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH KAKITANGAN MAIM	3
8	PANDUAN UMUM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	4
9	MEDIA SOSIAL MENINGKATKAN PENGLIBATAN PELANGGAN	5
10	PERANAN DAN TANGGUNGJAWAB PASUKAN PENGENDALI MEDIA SOSIAL MAIM	6
11	PERLINDUNGAN KERAHSIAAN PEWAKAF/ASNAF	6
12	PEMANTAUAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL	7
13	PENGGUNAAN AKAUN PERIBADI MEDIA SOSIAL	8
14	PERATURAN DAN PERUNDANGAN	8
15	TARIKH KUATKUASA	9
16	RUJUKAN	10

1. PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial seperti blog, *Facebook*, *YouTube*, *Twitter*, *Instagram* dan *TikTok* tidak sekadar menjadi ruangan sembang kosong atau hanya untuk meluangkan masa lapang. Media komunikasi ini turut menjadi satu cara untuk agensi Kerajaan untuk menyelami masalah rakyat dan mendekati golongan masyarakat.

Media sosial masa kini menjadi rangkaian komunikasi yang meluas kepada segenap lapisan masyarakat tidak kira golongan remaja, dewasa mahu pun agensi Kerajaan memilih untuk menggunakannya.

2. DEFINISI

Media sosial merujuk kepada sejenis saluran komunikasi dalam talian yang membolehkan pengguna berinteraksi dengan mudah secara bebas, berkongsi dan membincangkan maklumat dengan menggunakan gabungan elemen-elemen multimedia yang terdiri daripada teks, gambar, video dan audio.

3. MEMANFAATKAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SECARA RASMI

Setiap minit, berpuluh-puluh video akan dimuat naik ke dalam *YouTube*. Berjuta-juta orang pula akan menggunakan *Facebook*. Berjuta-juta pelanggan akan 'tweet' dalam *Twitter*. Begitulah ramainya jumlah pengunjung media sosial. Mereka lebih senang melawat dan mengguna media sosial berbanding melawat laman web agensi Kerajaan. Oleh yang demikian, medium ini perlu digunakan secara strategik, bukan hanya mengguna kerana di arah menggunakannya.

4. MEDIA SOSIAL SALURAN MENYAMPAIKAN MAKLUMAT

Rakyat sememangnya memerlukan maklumat mengenai perkhidmatan yang memberi kesan langsung kepada mereka. Media sosial membolehkan agensi menyampai dan mendapatkan maklum balas daripada orang awam dan pemegang amanah terhadap penerimaan dasar, program dan perkhidmatan agensi. Media sosial menyediakan

kaedah pengurusan kandungan yang mudah. Pentadbir media sosial boleh memuat naik maklumat dalam pelbagai format seperti video, audio, gambar dan dokumen. Menerusi media ini, agensi dapat memberi penjelasan dan gambaran sebenar terhadap isu-isu yang dibincangkan di kalangan pengguna media sosial. Justeru itu, ia dapat meningkatkan ketelusan dalam proses membuat keputusan dan dasar kerajaan.

5. TAFSIRAN

Dalam Tata Etika ini, tafsiran yang diguna pakai adalah seperti berikut :

- a) Media sosial merujuk kepada kemudahan aplikasi internet yang berupaya untuk menyampaikan kandungan media dan membolehkan interaksi antara pengguna dengan pembekal kandungan;
- b) Media sosial MAIM merujuk kepada media sosial yang diwujudkan untuk kegunaan rasmi MAIM iaitu *Facebook, Youtube, Instagram, TikTok* dan apa-apa bentuk media sosial yang diluluskan penggunaannya oleh Ketua Jabatan;
- c) Kakitangan MAIM terdiri daripada semua profesion bermula bagi semua peringkat, pengurusan tertinggi, pengurusan dan profesional, kumpulan sokongan/pelaksana mengikut skim perkhidmatan; tetap, kontrak dan Skim Sangkutan dan Latihan (SSL).
- d) Tata Etika merujuk kepada aturan atau peraturan bagi prinsip moral yang menjadi pegangan seseorang individu atau sesuatu kumpulan manusia.

6. TATACARA UMUM PEMILIHAN KANDUNGAN MEDIA SOSIAL MAIM

Tatacara berikut perlu dipatuhi semasa memilih kandungan media sosial MAIM :

- a) **Pengesahan Maklumat**
Maklumat perlu ditentukan ketepatan dan kesahihannya.

b) Muat Naik Bahan

Bahan rasmi yang hendak dimuat naik hendaklah disemak dan mendapat pengesahan/kelulusan daripada Ketua Jabatan, PSU Bahagian, Ketua Seksyen dan Ketua Unit yang berkenaan sebelum dimuat naik ke dalam media sosial rasmi MAIM.

c) Perbincangan Awam

Perhatian perlu diberi ke atas setiap komen / pernyataan atau maklumat yang dikongsi di media sosial bagi menjaga imej dan rahsia Kerajaan.

d) Tanggungjawab

Setiap kakitangan MAIM sama ada di Ibu Pejabat, cawangan-cawangan di setiap daerah, dan Pasukan Pengendali Media Sosial MAIM mempunyai tanggungjawab khusus yang perlu dipatuhi mengenai maklumat, data, rekod, audio, video dan visual yang dihantar dan dikongsi bersama

7. ETIKA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH KAKITANGAN MAIM

Sepanjang menggunakan media sosial sama ada untuk tujuan rasmi atau peribadi, kakitangan MAIM perlu memastikan etika penggunaan media sosial seperti yang berikut :

a) Semua kakitangan MAIM adalah terikat dengan terma dan syarat yang terkandung dalam PP Bil. 17/2000 Pemakaian Akta Badan-Badan Berkanun (Tatatertib Dan Surcaj) 2000 (Akta 605) dan arahan-arahan yang berkaitan yang menjadi teras kepada keperibadian atau tatakelakuan kakitangan MAIM;

b) Prinsip-prinsip penggunaan media sosial oleh kakitangan MAIM sama ada dalam urusan rasmi ataupun peribadi adalah sama seperti yang terpakai bagi media-media yang lain di mana prinsip-prinsip yang sama diambil kira sebagaimana pengucapan awam atau pun penulisan secara rasmi atau tidak rasmi;

- c) Kakitangan MAIM tidak dibenarkan menggunakan media sosial untuk kepentingan peribadi semasa waktu pejabat samada menerusi peralatan komputer atau alat mudah alih yang dibekalkan oleh pihak MAIM ataupun melalui peralatan peribadi;
- d) Kakitangan MAIM yang menggunakan media sosial hendaklah sentiasa berhati-hati supaya tidak mendedahkan sebarang maklumat rasmi MAIM yang tidak mempunyai kelulusan daripada Setiausaha MAIM;
- e) Sebarang komen mengenai isu-isu yang melibatkan MAIM atau mana-mana agensi atau yang berbentuk serangan peribadi hendaklah dielakkan;
- f) Kakitangan MAIM perlu memastikan perkongsian dan penggunaan maklumat yang berkaitan dengan hak cipta dan harta intelek telah mendapat kebenaran daripada pihak yang berkenaan;
- g) Kakitangan MAIM adalah dilarang menggunakan media sosial untuk memuat naik atau berkongsi maklumat, pautan, gambar, video atau bahan-bahan yang berunsur negatif (lucah, perkauman, ganas, penghinaan) dan sebagainya kepada pihak umum;
- h) Kakitangan MAIM adalah dilarang menggunakan media sosial untuk memuat naik atau berkongsi maklumat, pautan, gambar, video atau apa jua pernyataan fitnah, ancaman atau berbaur hasutan yang boleh memburukkan dan menjatuhkan imej MAIM, Institusi Raja dan Negara; dan
- i) Kakitangan MAIM adalah dilarang menggunakan media sosial untuk memuat naik atau berkongsi maklumat, pautan, gambar video yang berunsur jenayah membabitkan perjudian, senjata, aktiviti pengganas dan sebagainya.

8. PANDUAN UMUM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

MAIM perlu memastikan pelaksanaan panduan umum penggunaan media sosial seperti yang berikut :

- a) Mengenal pasti objektif utama penggunaan media sosial;
- b) Memahami cara penggunaan setiap media sosial sebelum digunakan oleh kakitangan MAIM;
- c) Mematuhi Kod Etika Perkhidmatan Awam dalam penggunaan media sosial dan mendapatkan khidmat nasihat sekiranya diperlukan;
- d) Memastikan akaun media sosial rasmi adalah milik MAIM dan bukan milik individu;
- e) Menggunakan platform media sosial yang mempunyai penggunaan yang tinggi di kalangan kumpulan sasaran/rakyat;
- f) Mewujudkan rangkaian dan hubungan baik dengan pemegang amanah melalui media sosial bagi memudahkan komunikasi pada bila-bila masa;
- g) Mengikuti perkembangan semasa media sosial terkini bagi memastikan penggunaannya di kalangan rakyat sentiasa berkembang maju;
- h) Elakkan daripada mewujudkan akaun media sosial yang tidak mampu diselaras dan dipantau;
- i) Membincangkan isu atau topik sensitif secara luar talian; dan
- j) Mengelakkan komunikasi dengan pengguna yang bersikap agresif atau kasar.

9. MEDIA SOSIAL MENINGKATKAN PENGLIBATAN PELANGGAN

Media sosial boleh dimanfaatkan dalam usaha meningkatkan penglibatan pelanggan seperti anak syarikat, pembekal, asnaf, keluarga/waris asnaf dan lain-lain dalam menambahbaik perkhidmatan kepada pelanggan.

Media sosial sebagai platform kolaborasi, membolehkan MAIM berkomunikasi secara pantas tanpa sempadan dengan orang awam dan pemegang amanah untuk memastikan keputusan serta tindakan dapat dilaksanakan dengan segera. Media sosial dapat menghubungkan MAIM dengan kumpulan sasaran secara meluas daripada pelbagai latar belakang sama ada yang berada di dalam atau di luar negara bagi meningkatkan sistem penyampaian perkhidmatan kerajaan.

10. PERANAN DAN TANGGUNGJAWAB PASUKAN PENGENDALI MEDIA SOSIAL MAIM

Ketua Jabatan, Ketua Unit Integriti hendaklah memastikan semua Ahli MAIM, Anak Syarikat, pembekal dan kakitangan MAIM mengetahui kewujudan garis panduan ini. Pasukan Pengendali Media Sosial MAIM hendaklah bertanggungjawab ke atas kesahihan dan kerahsiaan apa-apa maklumat, data, rekod, audio, video dan visual yang dihantar di dalam 'kumpulan sembang klinikal'.

Pasukan Pengendali Media Sosial MAIM yang menerima maklumat, data, rekod, audio, video dan visual hendaklah memberi maklum balas dalam masa yang munasabah dan sesuai serta hendaklah mengekalkan kerahsiaan pemberi maklumat. Adalah menjadi tanggungjawab penghantar maklumat, data, rekod, audio, video dan visual untuk menggunakan kaedah perundingan lain jika penerima gagal untuk membalas dalam masa yang munasabah dan sesuai.

Pasukan Pengendali Media Sosial MAIM selaku penerima hendaklah mengesahkan identiti pengirim sebelum memberi jawapan kepada rundingan. Contohnya penerima hendaklah memanggil penghantar untuk mengesahkan identiti penghantar (**jika perlu**) Pasukan Pengendali Media Sosial MAIM hendaklah tidak cuai terhadap keselamatan peranti mudah alih (*mobile devices*) mereka.

11. PERLINDUNGAN KERAHSIAAN ASNAF/PEWAKAF

- a) Semua maklumat dan identiti asnaf/pewakaf di MAIM **TIDAK BOLEH** didedahkan melalui sebarang bentuk laman media sosial. Sehubungan itu,

memuat naik dan menyebarkan penghantar maklumat, data, rekod, audio, video dan visual yang berkaitan dengan identiti pesakit seperti nama, nombor pendaftaran, nombor kad pengenalan dan alamat seperti yang terdapat di borang permohonan bantuan MAIM, borang pewakafan adalah salah di sisi undang-undang.

(Rujuk Akta Rahsia Rasmi 1972) : Segala maklumat rasmi yang saya perolehi dalam perkhidmatan Seri Paduka Baginda Yang di-Pertuan Agong atau perkhidmatan mana-mana Kerajaan dalam Malaysia, adalah milik Kerajaan dan tidak akan membocorkan, menyiarkan, atau menyampaikan, sama ada secara lisan atau dengan bertulis, kepada sesiapa jua dalam apa-apa bentuk, kecuali pada masa menjalankan kewajipan- kewajipan rasmi saya, sama ada dalam masa atau selepas perkhidmatan saya dengan Seri Paduka Baginda Yang di- Pertuan Agong atau dengan, mana-mana Kerajaan dalam Malaysia dengan tidak terlebih dahulu mendapat kebenaran bertulis pihak yang berkuatkuasa yang berkenaan)

12. PEMANTAUAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL

Penggunaan media sosial secara beretika adalah penting bagi memastikan maklumat yang disebarkan dan dikongsi mematuhi peraturan yang sedang berkuatkuasa. Justeru itu, pemantauan yang berterusan adalah penting demi menjaga kewibawaan perkhidmatan awam. Antara langkah pemantauan adalah :

a) **Pengurusan Perubahan**

Program pengurusan perubahan yang dirancang dan dilaksanakan secara berjadual dapat meningkatkan kesedaran dan etika penggunaan di samping dapat mengurangkan implikasi penyalahgunaan media sosial oleh pegawai awam di agensi masing-masing. (Contoh : Penyebaran maklumat rasmi tanpa kelulusan pegawai bertanggungjawab)

b) **Pengurusan Penapisan Kandungan**

Pengurusan penapisan kandungan yang berfungsi untuk menapis kandungan

media sosial yang tiada kaitan dengan kegunaan rasmi agensi bagi mengelakkan gangguan prestasi rangkaian di agensi dan produktiviti pegawai awam. (Contoh : Maklumat seperti surat rasmi dan fail rahsia tidak didedahkan)

c) Pemantauan Berterusan

Penubuhan pasukan bagi memantau penggunaan media sosial dan membolehkan semua pandangan atau sentimen diberi perhatian dan tindakan segera dapat diambil bagi mewujudkan persekitaran yang harmoni antara agensi Kerajaan, rakyat dan pengguna media sosial. (Contoh : Isu sensitif berkaitan agama dan kaum tidak disebar di media sosial)

d) Penubuhan Jawatankuasa

Semua ketua-ketua Pusat Tanggungjawab (PTJ) bertanggungjawab menubuhkan satu jawatankuasa untuk memantau dan mengambil tindakan terhadap isu media sosial yang berbangkit di fasiliti masing-masing.

13. PENGGUNAAN AKAUN PERIBADI MEDIA SOSIAL

Penggunaan media sosial di kalangan kakitangan MAIM adalah tertakluk kepada peraturan-peraturan yang sedang berkuat kuasa bagi memastikan penggunaan media ini tidak menjejaskan perkhidmatan awam dan pegawai awam.

14. PERATURAN DAN PERUNDANGAN

Peraturan dan perundangan yang berkaitan dengan penggunaan media sosial adalah seperti yang berikut :

a) Akta Rahsia Rasmi 1972.

(Rujuk Perlindungan Kerahsiaan Peawak/Asnaf)

b) Akta Komunikasi dan Multimedia 1998.

(Rujuk Seksyen 233 (1) : Seseorang yang dengan menggunakan mana-mana

kemudahan rangkaian atau perkhidmatan rangkaian atau perkhidmatan aplikasi secara sedar (i) membuat, mewujudkan atau meminta-minta; dan (ii) memulakan penghantaran, apa-apa komen, permintaan, cadangan atau komunikasi lain yang lucah, sumbang, palsu, mengancam atau jelik sifatnya dengan niat untuk menyakitkan hati, menganiayai, mengugut atau mengganggu orang lain; atau (b) memulakan suatu komunikasi dengan menggunakan mana-mana perkhidmatan aplikasi, sama ada secara berterusan, berulang kali atau selainnya, dan dalam masa itu komunikasi mungkin atau tidak mungkin berlaku, dengan atau tanpa mendedahkan identitinya dan dengan niat untuk menyakitkan hati, menganiayai, mengugut atau mengganggu mana-mana orang di mana-mana nombor atau alamat elektronik)

c) Akta Perlindungan Data Peribadi 2010.

(Rujuk Seksyen 9 (1) : (1) Seseorang pengguna data hendaklah, apabila memproses data peribadi, mengambil langkah yang praktikal untuk melindungi data peribadi itu daripada apa-apa kehilangan, salah guna, ubah suaian, akses atau penzahiran tanpa kebenaran atau tidak sengaja, pengubahan atau pemusnahan dengan mengambil kira - (a) sifat data peribadi itu dan kemudaratan akibat daripada kehilangan, salah guna, ubah suaian, akses atau penzahiran tanpa kebenaran atau tidak sengaja, pengubahan atau pemusnahan itu; (b) tempat atau lokasi di mana data peribadi itu disimpan; 19 (c) apa-apa langkah keselamatan yang digabungkan ke dalam apa-apa kelengkapan yang dalamnya data peribadi itu disimpan; (d) langkah yang diambil untuk memastikan kebolehpercayaan, integriti dan kewibawaan personel yang mempunyai akses kepada data peribadi itu; dan (e) langkah yang diambil bagi memastikan pemindahan selamat data peribadi itu)

15. TARIKH KUATKUASA

Prosedur ini merupakan punca kuasa untuk Unit Integriti menjalankan tugasan pengurusan aduan Unit Integriti dan ia berkuatkuasa mulai tarikh ia dikeluarkan.

16. RUJUKAN

- a) Garis Panduan Tatacara Pemilihan Kandungan Media Sosial MAMPU (2011)
- b) Penerapan Etika Penggunaan Media Sosial Dalam Sektor Awam terbitan MAMPU (2015)
- c) *Guidelines For The Use Of Social Media Among Health Care Providers* (“*Guidelines*”) 9 Draf)
(Bahagian Telekesihatan KKM, 2015)



UNIT INTEGRITI, MAJLIS AGAMA ISLAM MELAKA
Kompleks Pusat Islam, Bukit Palah, 75400, Melaka.

Telefon : 06 - 283 7416 | E-mel : integrیتی@maim.gov.my | Faksimile : 06 - 288 2792