



JABATAN PERDANA MENTERI
UNIT PEMODENAN TADBIRAN DAN PERANCANGAN PENGURUSAN MALAYSIA
(MAMPU)

LAPORAN TINJAUAN KEBERKESANAN PROMOSI TAHUN 2020

UNIT PEMODENAN TADBIRAN DAN PERANCANGAN PENGURUSAN MALAYSIA (MAMPU)

PENGENALAN

Tinjauan Keberkesanan Promosi Unit Pemodenan Tadbiran dan Perancangan Pengurusan Malaysia (MAMPU) Tahun 2020 merupakan usaha ke arah mengenalpasti keberkesanan aktiviti promosi yang dilaksanakan oleh Bahagian Perancangan dan Komunikasi Korporat (BPKK) mengenai inisiatif dan program anjuran MAMPU.

OBJEKTIF KAJIAN

01

Melihat keberkesanan promosi yang dilaksanakan untuk memastikan kejayaan program/inisiatif.



02

Mengenal pasti saluran media yang paling efektif dalam mempromosikan program/inisiatif.



03

Mendapatkan maklum balas responden bagi menambah baik aktiviti promosi MAMPU.



METODOLOGI KAJIAN

SOAL SELIDIK TINJAUAN KEBERKESANAN PROMOSI

- 250 responden
- Dilaksanakan secara dalam talian (Google Form)
- Tinjauan bermula 22 Okt – 2 Nov 2020

1

TEMU BUAL BERTULIS BERSAMA PENGARAH BAHAGIAN

- Edaran emel kepada semua Pengarah Bahagian pada 23 Okt 2020
- 6 Maklum balas diterima

2



LAPORAN VIEWERSHIP / READERSHIP MEDIA

Laporan daripada media

3

ANALISIS MEDIA SOSIAL

Jumlah *engagement* di setiap saluran media sosial rasmi MAMPU

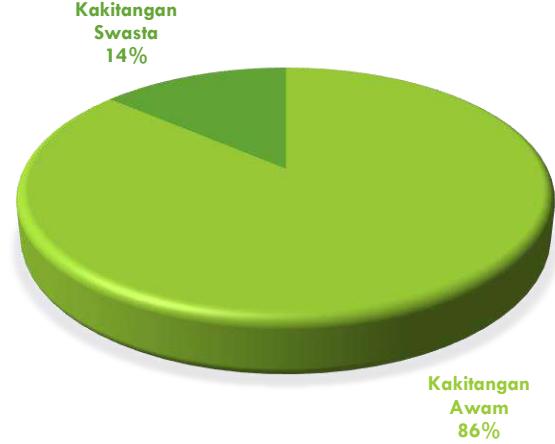
4



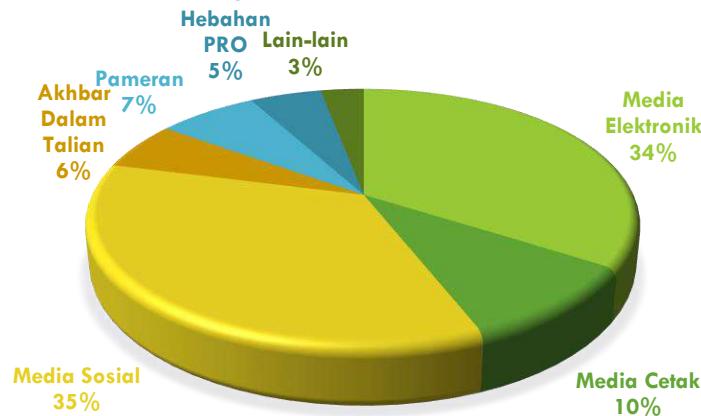
SOAL SELIDIK TINJAUAN KEBERKESANAN PROMOSI

DAPATAN KAJIAN MELALUI SOAL SELIDIK

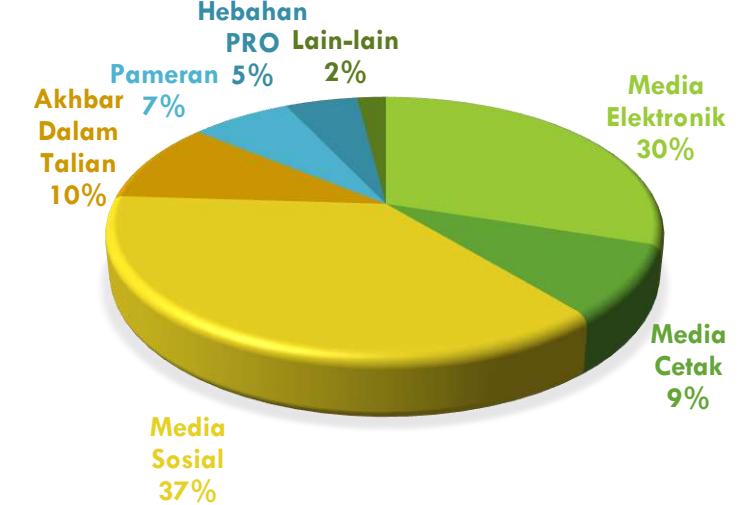
SERAMAI 250 ORANG RESPONDEN



INISIATIF MAMPU LEBIH DIKETAHUI MELALUI MEDIA SOSIAL



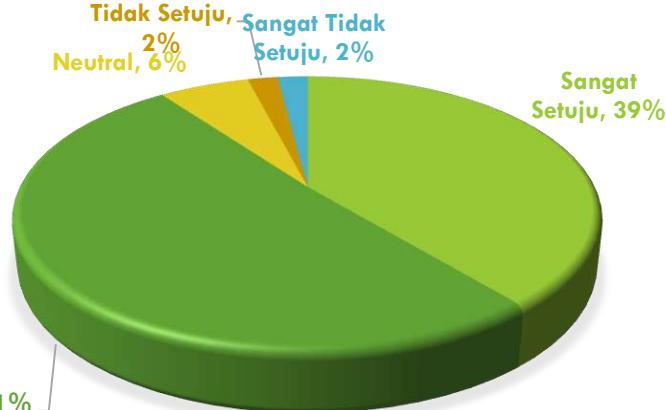
SALURAN PROMOSI PALING BERKESAN MELALUI MEDIA SOSIAL



MAJORITI RESPONDEN SANGAT SETUJU & SETUJU MENGENAI TAHAP KESESUAIAN PROMOSI



MAJORITI RESPONDEN SANGAT SETUJU & SETUJU AKAN TAHAP PROMOSI SAMPAI KEPADA SASARAN



MAJORITI RESPONDEN SANGAT SETUJU & SETUJU AKAN TAHAP KEBERKESANAN, KEBOLEH CAPAIAN DAN DAYA TARIKAN PROMOSI



DAPATAN KAJIAN MELALUI SOAL SELIDIK

Cadangan penambahbaikan promosi yang boleh dilaksanakan oleh MAMPU.



IDEA 1

MELAKSANAKAN
ROADSHOW DI
KEMENTERIAN /
AGENSI



IDEA 3

MEMPERGIATKAN
PROMOSI MELALUI
MEDIA ELEKTRONIK



IDEA 2

MEMPERGIATKAN
PROMOSI MELALUI
MEDIA SOSIAL



IDEA 4

MEMPERGIATKAN
PROMOSI DI KAWASAN
LUAR BANDAR

KESIMPULAN

HASIL DARIPADA TINJAUAN MELALUI SOAL SELIDIK

01

Secara keseluruhannya, responden bersetuju bahawa usaha-usaha promosi dan publisiti yang dilaksanakan oleh MAMPU berkesan, meluas dan menarik perhatian dengan 40% sangat setuju dan 50% bersetuju. Namun, penambahbaikan bagi usaha promosi masih perlu dilakukan.

Responden memberi pandangan neutral mengenai kesesuaian jumlah aktiviti promosi, tahap keberkesanan, kebolehcapaian dan daya tarikan promosi.

02

03

Trend bagi mendapatkan maklumat adalah lebih terarah kepada medium media sosial (37%). Saluran promosi yang paling berkesan adalah media sosial dan diikuti dengan media elektronik.



**HASIL DAPATAN DARIPADA TEMUBUAL
MELALUI EMEL DENGAN
PENGARAH-PENGARAH BAHAGIAN**

BAGAIMANA ASPEK PROMOSI MEMBERI KESAN KEPADA BAHAGIAN?

- MAMPU dapat membuat hebahan mengenai produk ataupun inisiatif terkini MAMPU yang boleh dimanfaatkan oleh agensi. Promosi ini juga boleh meningkatkan lagi visibility MAMPU.
- Memberi kesan penting dari segi awareness, acceptance dan kebolehcapaian (reachability) berhubung core business Bahagian kepada Kementerian/Agensi.
- Peningkatan transaksi di saluran non-voice; Peningkatan follower kepada Media Sosial; SITI, MyGCC.
- MAMPU dikenali ramai; rakyat semakin mempercayai MyGCC sebagai sumber maklumat yang sahih.
- Meningkatkan keyakinan (buy-in) dalam kalangan personel untuk menyokong pelaksanaan sesuatu inisiatif kerajaan.
- Menyalurkan maklumat kepada pihak tertentu terutamanya Kementerian/ agensi yang menggunakan insiatif atau perkhidmatan yang disediakan oleh MAMPU.
- Membolehkan produk dan perkhidmatan Bahagian diketahui oleh lebih banyak agensi dan meningkatkan permintaan khidmat nasihat dan khidmat rundingan seterusnya meningkatkan kejayaan pelaksanaannya.
- Memberi maklumat tentang perkhidmatan/produk yang ditawarkan oleh MAMPU kepada pelanggan-pelanggan MAMPU.
- Memastikan agensi sektor awam menggunakan dan memahami produk-produk yang dibangunkan oleh MAMPU.

APAKAH PENILAIAN TERHADAP AKTIVITI PROMOSI MAMPU BAGI TAHUN 2020?

- Boleh ditingkatkan dengan mempelbagai lagi platform dan saluran promosi bersesuaian dengan *trend* semasa khususnya melalui media sosial.
- MAMPU telah berusaha dengan sebaik yang mungkin dalam melaksanakan dan menambah nilai aktiviti promosi produk MAMPU secara berkesan melalui siaran promosi di media elektronik dan media sosial.
- Aktiviti promosi MAMPU bagi tahun 2020 telah menunjukkan impak positif dan peningkatan inisiatif memperkenalkan agenda pembudayaan MAMPU dan pendigitalan kepada khalayak umum.
- Tahap aktiviti promosi yang telah dilaksanakan masih **rendah dan kurang berkesan**; Inisiatif promosi **tidak menyeluruh dan berstuktur** serta lebih **bersifat piecemeal** bagi sesuatu inisiatif.
- Kurang memanfaatkan secara optimum fungsi media sosial.
- Aktiviti promosi tidak dilaksanakan secara konsisten sepanjang tahun.
- Persembahan kandungan bahan promosi masih banyak menggunakan **kaedah konvensional** (penghantaran e-mel, pemasangan bunting, risalah dan poster) dan perlu divariasikan menggunakan pelbagai mod seperti gamifikasi dan video kreatif berbentuk kuiz/pertandingan.
- Aktiviti promosi MAMPU bagi tahun 2020 kurang berkesan kerana **tidak sampai kepada golongan sasar**.
- Aktiviti promosi MAMPU dalam perspektif Sektor Awam di Sabah memerlukan pendekatan yang lebih bersifat lokal.
- Hasil kolaborasi MAMPU dan Media Prima telah menghasilkan satu video ringkas mengenai produk-produk MAMPU dan sektor awam. Tayangan video tersebut yang ditayangkan di saluran utama telah memberi impak yang besar kepada rakyat.
- Artikel-artikel yang dikeluarkan di media cetak / online juga turut membantu di dalam menyebarkan maklumat mengenai inisiatif pendigitalan MAMPU.

APAKAH CADANGAN FOKUS PROMOSI MAMPU BAGI TAHUN 2021?

- Fokus promosi MAMPU perlu diberikan kepada inisiatif-inisiatif pemodenan yang telah dan akan dilaksanakan oleh MAMPU agar agensi kerajaan terus kekal relevan. MAMPU perlu dilihat sebagai agensi yang sentiasa bersedia membantu memodenkan penyampaian perkhidmatan agensi melalui inisiatif-inisiatif baharu dan inovasi yang mudah dan praktikal.
- Fokus kepada mempromosikan:
 - ✓ pelaksanaan norma baharu sistem penyampaian Kerajaan;
 - ✓ program Anugerah Inovasi Perdana Menteri (AIPM) dan Anugerah Inovasi Sektor Awam (AISA); dan
 - ✓ program turun padang KSN bagi menyempurnakan aktiviti inspektorat untuk mempromosi perkhidmatan E2E.
- Mempromosikan secara menyeluruh pembudayaan pendigitalan kepada rakyat.
- Leverage kepada sosial media MyGCC sebagai medium perkhidmatan secara langsung kepada rakyat.
- Menggunakan medium Media Sosial secara menyeluruh untuk mempromosikan produk MAMPU
- Mempromosi:
 - ✓ Pelan Strategik Pendigitalan Sektor Awam (PSPSA)
 - ✓ Buku Panduan Pengurusan Projek ICT Sektor Awam (Metodologi PPrISA)
 - ✓ Buku Panduan Penyediaan Pelan Strategik ICT Agensi Sektor Awam (Metodologi PerSI)
 - ✓ Buletin Kerajaan Digital
- Fokus aspek fungsi **pendigitalan**, perkhidmatan yang boleh dicapai di mana-mana pada bila-bila masa. Di samping itu, fokus kepada bagaimana perkhidmatan digital dapat memudahkan aktiviti dan urusan rakyat MAMPU.
- Fokus kepada inisiatif-inisiatif utama MAMPU terutama yang berkaitan dengan pengendalian pandemik COVID-9 untuk menonjolkan peranan MAMPU.
- Memperkasa promosi melalui Media sosial seperti Facebook, Youtube.
- Memperkasa promosi kepada ketua-ketua agensi.

APAKAH CADANGAN SALURAN PROMOSI YANG PATUT DIGUNAKAN MAMPU BAGI TAHUN 2021?

- ❖ Saluran promosi yang interaktif perlu diutamakan bagi membolehkan MAMPU menerima maklum balas pengguna.
- ❖ Memperhebat dan memperkasakan saluran promosi yang coveragenya adalah tinggi dengan rakyat iaitu media sosial selain menggunakan saluran konvensional seperti media elektronik.
- ❖ Media Sosial (Facebook, Instagram, Twitter & Youtube); TV; Radio; Whatsapp For Business; Telegram
- ❖ Meningkatkan penggunaan saluran media massa melalui:
 - aktiviti temu bual eksklusif sama ada di siaran televisyen mahupun di radio;
 - hebahan;
 - penulisan artikel di akhbar tempatan; dan
 - penerbitan video pendek di televisyen.
- ❖ Menggunakan saluran media sosial melalui *Blogs*; *Twitter feeds*; *Facebook pages*; dan *YouTube*.
- ❖ Menggunakan saluran digital melalui portal rasmi; *email blast*; dan *mobile phone apps*.
- ❖ Mendapatkan perkhidmatan langganan *digital billboard* di tempat awam dan kemudahan skrin besar/digital.
- ❖ Mendapatkan penajaan melalui kolaborasi strategik dengan sektor swasta.
- ❖ Kombinasi saluran media sosial dan konvensional.
- ❖ Pendekatan yang lebih menumpu kepada usaha menjalinkan hubungan rapat dengan rakan strategik melalui Pejabat Setiausaha Persekutuan bagi agensi/Jabatan Persekutuan.
- ❖ FB Live, Youtube, FB Ads berbayar.
- ❖ Memperhebatkan promosi dengan menghasilkan lebih banyak video promosi produk-produk MAMPU dan ditayang secara berkala di media massa digital – TV (RTM, Media Prima, Astro) dan media sosial (Facebook, Instagram, Telegram, Youtube).

PENDEKATAN PROMOSI MANA YANG LEBIH SESUAI? SAMA ADA PENDEKATAN PROMOSI *CENTRALIZED* KEPADA BPKK ATAU SETIAP BAHAGIAN MEMPROMOSIKAN SENDIRI PRODUK/PERKHIDMATAN MASING-MASING.

- Pendekatan promosi secara *centralized* di BPKK lebih berkesan dan sesuai.
- Pendekatan promosi secara *centralised* kepada BPKK lebih sesuai.
- Promosi *centralized* oleh BPKK.
- Promosi secara berpusat (*centralized*) lebih sesuai bagi memastikan setiap produk/perkhidmatan yang ditawarkan dipromosi.
- Mewujudkan satu *team* generasi muda yang melebih kreatif.
- Bersama-sama KKMM bukan sahaja dalam slot *airtime* tetapi turun padang dalam aktiviti promosi.
- Pendekatan promosi yang lebih sesuai adalah secara *centralized* agar mesej lebih tersusun dan sistematik.
- BPKK mengadakan promosi untuk keseluruhan MAMPU manakala setiap bahagian mengadakan promosi tambahan mengikut keperluan dan kesesuaian masing-masing,
- Secara meluas dan bersifat generik: dilaksanakan oleh BPKK.
- Promosi di selaraskan BPKK tetapi Content Editor semua Bahagian masing-masing.
- Sabah dan Sarawak menyelaras Promosi tambahan mengikut kesesuaian di negeri masing-masing.
- Disarankan agar promosi dilaksanakan secara berpusat oleh BPKK untuk tujuan penyeragaman dalam menyampaikan mesej yang jelas kepada pemegang taruh dan pelanggan MAMPU.

KESIMPULAN - HASIL DARIPADA TEMUBUAL DENGAN PENGARAH-PENGARAH BAHAGIAN



01

Aktiviti promosi adalah sangat penting bagi mewar-warkan produk/ perkhidmatan MAMPU.

02

Terdapat beberapa kelemahan dalam aktiviti promosi MAMPU bagi tahun 2020, namun terdapat beberapa inisiatif promosi yang memberi kesan positif.

03

Bagi tahun 2021, media sosial perlu menjadi medium utama promosi.

04

Aktiviti promosi MAMPU perlulah dipusatkan di Bahagian Perancangan dan Komunikasi Korporat.



LAPORAN *VIEWERSHIP/READERSHIP* MEDIA

ANALISIS VIEWERSHIP MEDIA ELEKTRONIK

E2E : Digital Mampan
Sektor Awam



300,000

penonton



Suara Tanpa Wajah



1,761,276

penonton



MySejahtera



255,807

penonton



Video
Pendigitalan dalam
Norma Baharu



650,135
penonton



TV3MALAYSIA

Video teaser
CHIPTA 2020

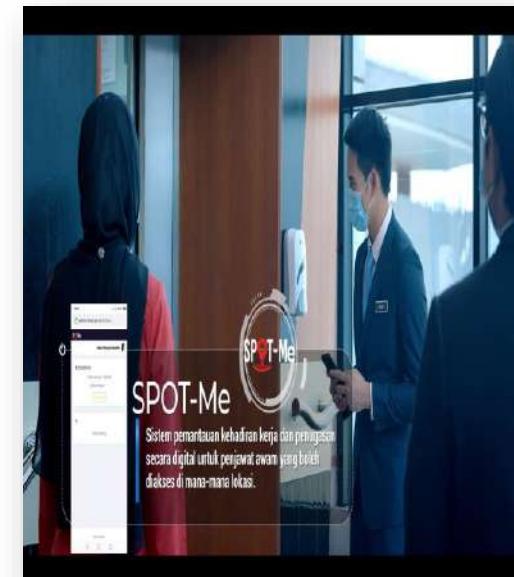


350,092
penonton



TV3MALAYSIA

Video
Pendigitalan dalam
Norma Baharu



25,064,902
penonton



ANALISIS READERSHIP MEDIA CETAK / AKHBAR ONLINE



Pencapaian
MAMPU di WSIS



Wadah Pembaharuan
BH
ONLINE

28,425
pembaca

Majlis Kick-Off Piagam Perkhidmatan
JIM & JPJ (NBPPA)

E2E lebih selamat, pacu agenda kerajaan digital mampang

Oleh Muhamad Shafullah Tayep - Oktober 17, 2020 @ 1:58pm

Ketua Setiausaha Negara, Tan Sri Mohd Zuki Ali memberi jaminan kerjaan sedang memperhebat inisiatif E2E. - FOTO Pejabat Ketua Setiausaha Negara

<https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2020/10/17/e2e-lebih-selamat-pacu-agenda-kerajaan-digital-mampang>



26,335
pembaca

MAMPU Realisasikan
Kerajaan Digital

WAWANCARA | 14 Oktober 2020 | 10:00 AM

Sinar Harian #Malaysia

MAMPU realisasikan kerajaan digital

Ketua Kabinet Pengrajin (KKP) yang diperkenalkan kerana pandemik Covid-19 memberi impak besar kepada kelancaran sistem penyampaian perkhidmatan kerajaan berkenaan Persekutuan, kerajaan negeri, pihak berkuasa tempatan malah agen niaga-negara.

Menurut perkembangan sejarah dalam masa terakhir ini, ia tak sepenuhnya cukai jalan-kenderaan, pemohonan surutan, menghantar borang ceklik perdakwaan dan banyak lagi, dapat dilakukan dengan mudah dan selamat menggunakan platform digital.

Namun begitu tidak rancu yang tahu di sebalik perkembangan digital kerajaan, terdapat sebuah agensi

yang menjadi tulang belakangnya iaitu Unit Pemodenan Jabatan dan Perancangan Pengurusan MAMPU yang selekat di bawah Jabatan Perdana Menteri.

Dalam wawancara bersama Sinar Harian minggu ini, Ketua Pengarah MAMPU, Datuk Dr Yusof Ismail memberi maklumat tentang kepentingan kerajaan digital dalam memberi khidmat terbaik kepada rakyat, termasuk mesyuarat rasmi MySejahtera pada musim Covid-19 itu.

Kata wawancara Persekutuan Pengurusan Sinar Harian, Jefriah Abu Samah Yusof yang turut mengulas mengenai cabaran dan masa depan perdigitalisasi sektor awam.



10,000
pembaca

DDMS

Government agencies go digital to improve operational efficiency and user productivity

By **Hilmi Kassar** - October 1, 2020 @ 10:36am

Sponsored Content



DDMS 2.0 is hoped to be a comprehensive electronic record management system across public sector enterprises in a bid to move towards a digital workplace. - DDMS 2.0

<https://www.nst.com.my/lifestyle/tech/2020/10/628685/government-agencies-go-digital-improve-operational-efficiency-and-user>

**30,908
pembaca**

**NEW
STRAITSTIMES**

Portal MyGovernment

From birth registrations to healthcare - MyGovernment Portal aims to be a single gateway for all online services

By **Hilmi Kassar** - October 14, 2020 @ 12:16pm

Sponsored Content



From registering birth, applying for schools, to getting married, the MyGovernment Portal has all the relevant information in one place. - MyGovernment Portal

<https://www.nst.com.my/lifestyle/bots/2020/10/632210/birth-registrations-healthcare-mygovernment-portal-aims-be-single>

**30,238
pembaca**

**NEW
STRAITSTIMES**

Portal MalaysiaBiz

Register your business and apply for the relevant licences online on the MalaysiaBiz Portal

By **Hilmi Kassar** - October 21, 2020 @ 11:46am

Sponsored Content



Government initiative to facilitate business ventures. Information on business registration and licensing matters in one portal. Interactive and user friendly. Service for various business and professional sectors. MAMPU

The government's continuous improvement of online services will help citizens and business communities adapt to the new norm - MAMPU

<https://www.nst.com.my/lifestyle/bots/2020/10/634035/register-your-business-and-apply-relevant-licences-online-malaysiabiz>

**30,347
pembaca**

**NEW
STRAITSTIMES**





ANALISIS MEDIA SOSIAL

JUMLAH PENGIKUT MEDIA SOSIAL KEMENTERIAN



NO.	KEMENTERIAN	JUMLAH
1.	MOH	4.2 M
2.	MOE	1 M
3.	MINDEF	688,000
4.	KPDNHEP	493,000
5.	MOF	477,000
6.	KDN	458,000
7.	KPT	295,000
8.	KSM	263,000
9.	KPWKM	237,000
10.	KPLB	169,000
11.	JPM	155,000
12.	KBS	145,000
13.	MITI	144,000

NO.	KEMENTERIAN	JUMLAH
1.	MOH	1 M
2.	KKMM	285,000
3.	MOE	151,000
4.	MINDEF	131,000
5.	KDN	115,000
6.	JPM	113,000
7.	KPDHEP	111,000
8.	MOF	86,100
9.	KBS	78,700
10.	KLN	27,600
11.	KPT	25,200
12.	KPLB	20,500
13.	MOSTI	19,400

NO.	KEMENTERIAN	JUMLAH
1.	MOH	975,800
2.	KDN	403,000
3.	MOE	96,400
4.	KKMM	94,400
5.	MOF	89,300
6.	MINDEF	82,800
7.	MITI	63,100
8.	KPDNHEP	54,600
9.	JPM	49,400
10.	KPT	45,600
11.	KBS	38,200
12.	KSM	31,800
13.	KPKT	31,100



NO.	KEMENTERIAN	JUMLAH
14.	KWP	113,000
15	MOSTI	113,000
16.	MOTAC	112,000
17.	MAFI	110,000
18.	KKMM	100,000
19.	KLN	72,908
20.	KPKT	70,872
21.	KKR	54,648
22.	MOT	46,329
23.	MAMPU	31,145
24.	KPUN	29,775
25.	MPIC	25,641
26.	KeTSA	24,971
27.	KASA	20,159
28.	PERPADUAN	11,177

NO.	KEMENTERIAN	JUMLAH
14.	MITI	15,200
15	MOTAC	13,500
16.	KWP	13,000
17.	KPWKM	7,422
18.	KPKT	6,988
19.	MAFI	6,166
20.	KPUN	5,136
21.	MOT	4,980
22.	KKR	4,000
23.	KeTSA	3,868
24.	MPIC	2,569
25.	MAMPU	2,305
26.	KASA	1,456
27.	KSM	1,383
28.	PERPADUAN	615

NO.	KEMENTERIAN	JUMLAH
14.	KLN	30,200
15	MOT	27,700
16.	KPWKM	27,400
17.	MOSTI	23,000
18.	KKR	22,100
19.	MAFI	17,100
20.	MAMPU	15,000
21.	MOTAC	11,700
22.	KeTSA	10,000
23.	MPIC	5,624
24.	KPLB	4,452
25.	KWP	3,598
26.	KPUN	3,458
27.	KASA	800
28.	PERPADUAN	650

WSIS



Portal MalaysiaBiz



28 Likes



5 Retweets



109 Likes

MyGovNet

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI

14 May · 3

HEBAHAN: Perkhidmatan MyGov'Net

MyGOV.NET

Corporation Elektronik

Rangkaian Telekomunikasi Bersepadu Kerajaan

Selamat

Diyakini

Khusus

Merupakan infrastruktur Rangkaian Telekomunikasi ICT Bersepadu Kerajaan yang diuruskan oleh MAMPU secara berpusat bagi menyokong sistem penyampaian Perkhidmatan Kerajaan yang membolehkan capaian kepada:

Aplikasi Elektronik Kerajaan

Internet

Intranet

FAEAH & KELEBIHAN

MyGov'Net

Rangkaian yang selamat dan berkelajuan tinggi

Meningkatkan kecekapan perancangan perkhidmatan kerajaan

Menggalakkan Perkongsian Maklumat & Kolaborasi antara Agensi

Jaminan Service Level of Agreement (SLA) yang seragam

LIPUTAN

MyGov'Net

► Bilangan Kementerian - 27

► Integrasi Talian - 16

► Bilangan Agenzi - 201

► Bilangan Lokasi Perkhidmatan MyGov'Net - **11,455**

Bilangan Talian MyGov'Net - **9,803**

▪ P2P - 9,013 taliyan

▪ VoIP - 588 taliyan

▪ ADSL - 78 taliyan

Bilangan Bangunan Kondolaisasi - 75

Bilangan Teknologi Motifte - **645**

Bilangan Floor Switch - **757**

Bilangan Lokasi Perkhidmatan MyGov'Net Global - **25**

Manfaatkan Liputan MyGov'Net Sehingga

30 April 2020

You and 7 others

7 shares



8 Likes



5 Retweets



0 Likes

MyGovUC

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
26 March · 3 likes

Hebahan MyGovUC Info Centre
COVID-19: Berhubunglah secara maya melalui Skype for Business
Maklumat lanjut, layari portal MyGovUC di www.1govuc.gov.my

COVID-19
WABAK CORONA VIRUS 2019

JOM MULAKAN....
Anda hanya perlu:
1. Mengaktifkan perkhidmatan SfB melalui pentadbiran UC/ICT anda
2. Install aplikasi SfB di desktop (Muat turun di Portal MyGovUC > Muat Turun > Perisian) atau peranti telefon bimbit anda (Play Store @ Apps Store).
3. SfB sedia untuk digunakan.

Bimbang berinteraksi secara terus?
Bimbang urusan rasmi tergantung?

Skype for business MyGovUC kan ada 😊

Anda boleh berinteraksi di alam maya secara LIVE

VIDEO CONFERENCING INSTANT MESSAGING (CHATTING) GROUP CHAT AUDIO CONFERENCING

SCHEDULE A MEETING FILE SHARING REMOTE PREDATOR DESKTOP SHARING

89 Likes
73 Shares
37 Retweets
61 Likes
89 Likes
105 Views

DDMS

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
3 April · 1 like

Hebahan: PERKHIDMATAN DDMS 2.0

Sepanjang tempoh Perintah Kawalan Pergerakan dilaksanakan, Perkhidmatan DDMS 2.0 masih beroperasi seperti biasa. Pengguna/Pengurus/Pegawai Rekod Jabatan dan Pentadbir Sistem boleh akses kepada Sistem DDMS 2.0 pada bila-bila masa, di mana-mana sahaja menggunakan mana-mana peranti elektronik, termasuklah telefon pintar, komputer riba dan tablet.

Aktiviti penawanan, pengurusan dan carian rekod boleh dilaksanakan menggunakan metodologi sedia ada ... See more

TEMPOH PERINTAH KAWALAN PERGERAKAN
PERKHIDMATAN DDMS 2.0 : 24 x 7

Perlu bekerja dari rumah?
» Begaimana DDMS 2.0 boleh membantu anda?
<https://ddms.malaysia.gov.my>

Dalam Agensi

Pilih dokumen untuk ditawarkan → Penerawangan rekod → Muat turun cetak → Agensi Penerima → Muat turun rekod → Penerawangan rekod → Pengolahan Data DDMS 2.0 → PEMANTAUAN → Muat turun cetak → Cari dan Jansan leperon

Agensi Penerima

Muat turun rekod → Penerawangan rekod → Pengolahan Data DDMS 2.0 → PEMANTAUAN → Muat turun cetak → Cari dan Jansan leperon

Moja Bantuan : <https://helpdesk.ddms.malaysia.gov.my> | Sistem Moja Bantuan = 34 X 7
#covid-19 #stayathome #workfromhome

1 Like

9 Likes
2 Shares
12 Retweets
16 Likes
22 Likes

PSPSA 2021-2025



9 Likes



3 Shares



4 Retweets



21 Likes



31 Likes

Khidmat Perundingan



29 Likes



17 Shares



6 Retweets



7 Likes



25 Likes

E-Newsletter MyGOVUC

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
25 March ·

HEBAHAN: MyGovUC Info Centre
eNEWSLETTER MyGovUC Edisi 1/2020

Klik pautan ini untuk berita selanjutnya:
http://www.1govuc.gov.my/enews.../enewsletter-edisi-1_2020/



eNEWSLETTER

ANTARA YANG MENARIK eNEWSLETTER EDISI 1 / 2020 KALI INI :

- Aktiviti MyGovUC
- Sudut Teknologi
- Tips!
- Kuis

Klik di sini untuk paparan penuh

2 likes · 1 share



1 Likes



4 Shares



1 Retweet
5 Likes



0 Likes

E-Newsletter MyGovernment

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
12 February ·

Hebahann : e-Newsletter Bil.1/2020 Gerbang Rasmi Portal Kerajaan Malaysia (MyGovernment).

Dikongsikan bersama e-Newsletter Bil.1/2020 Gerbang Rasmi Portal Kerajaan Malaysia (MyGovernment) untuk penyebaran informasi terkini.

Butiran lanjut, layari pautan
<https://www.malaysia.gov.my/portal/content/30930... See more>



2 likes · 1 share



14 Likes



2 Shares



8 Retweets
19 Likes



0 Likes

Video Promosi Pendigitalan dalam Norma Baharu

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
22 July · 1 photo

HEBAHAN : VIDEO PROMOSI 'PENDIGITALAN DALAM NORMAL BAHARU'

MAMPU telah menghasilkan sebuah video kesedaran awam yang memaparkan transisi ke arah normal baharu melalui inisiatif pendigitalan. Saksikan jam 8.00-9.00 malam ini di Buletin Utama.

Saksikan video promosi
PENDIGITALAN DALAM NORMAL BAHARU
22 Julai 2020 (Rabu) | 8.00 malam – 9.00 malam
di BULETIN UTAMA bu

1 comment 5 shares



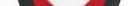
69 Likes



45 Shares



53 Retweets



92 Likes



24 Likes



472 Views

CHIPTA 2020

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
3 August · 1 photo

HEBAHAN: PERTANDINGAN 'CHIPTA 2020'

!! Anda seorang yang kreatif?
■ IT savvy?
■ Teruja dengan fenomena AI?
■ ... See more

CHIPTA 2020
Challenge on Innovation and Problems Solving through Technology Advancement
"Enabling Innovation for New Norm and Better Future"
WANG TUNAI BERJUMLAH RM66,000.00 UNTUK DIMENANGI
Pendaftaran 4 Ogos - 25 Ogos 2020
Pertandingan 7 September - 6 Oktober 2020
Kategori Penjawat Awam + Orang Awam + Institusi Pengajian Tinggi Pelajar Sekolah Menengah
Dengan kerjasama MAGIC

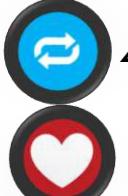
1 comment 43 shares



66 Likes



115 Shares



45 Retweets



40 Likes



49 Likes



87 Views

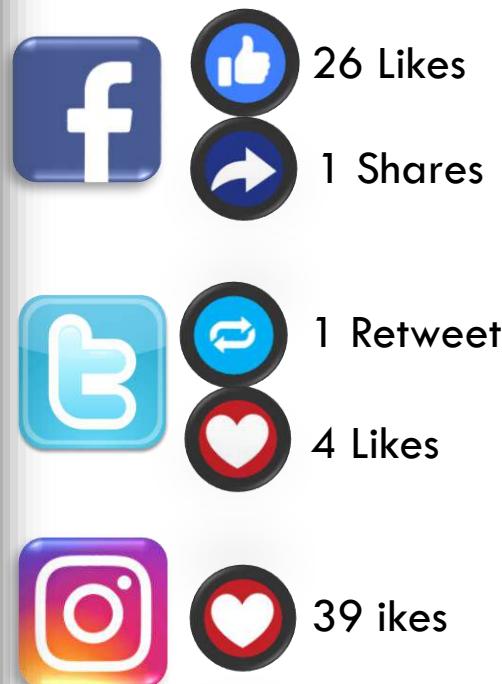
Suara Tanpa Wajah di Majalah 3

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
11 September · 0

Hebahan: Saksikan "Suara Tanpa Wajah" di slot Majalah 3 minggu hadapan, 14 September 2020 (Isnin) di TV3.
Malaysia Government Call Centre



You, Azra Haida, Ganeshwari Balakrishnan and 7 others



Inisiatif MAMPU semasa PKP

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
19 March · 0

HEBAHAN : PENGOPERASIAN UNIT PEMODEGAN TADBIRAN DAN PERANCANGAN PENGURUSAN MALAYSIA (MAMPU) MELIBATKAN PERKHIDMATAN MyGovUC, DDMS 2.0, MyGov*Net, MyGovCloud@PDSA, MyGCC DAN MyGPKI

Dengan hormatnya perkara di atas adalah dirujuk.

2. Sebagaimana YBhg. Datuk Seri Dr./Dato' Dr./Datin/YBrs. Dr./Tuan/Puan sedia maklum, YAB Tan Sri Muhyiddin Yassin, Perdana Menteri Malaysia melalui Perutusan Khas pada 16 Mac 2020 (Isnin) telah mengisyitiharkan Perintah Kawalan Pergerakan, mul... See more



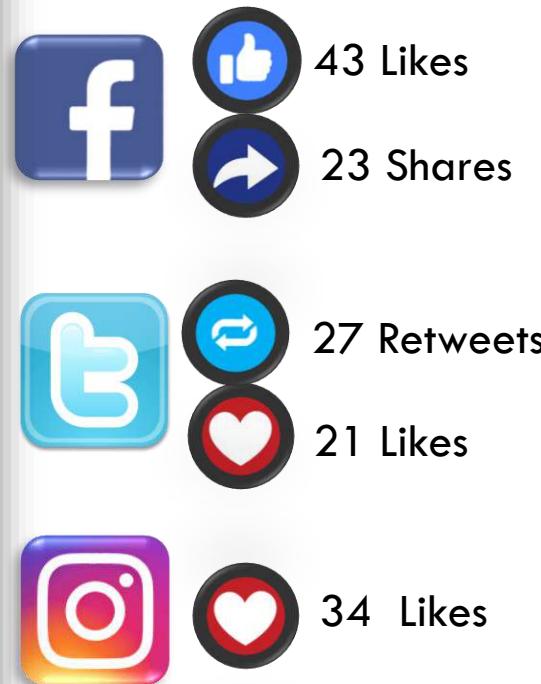
COVID-19? ENAM (6) PERKHIDMATAN MAMPU BERIKUT MASIH TERUS BEROPERASI UNTUK KEMUDAHAN ANDA

MyGov*NET
MyGPKI
MyGovCloud
MyGCC

DDMS 2.0

Inisiatif: Pasukan Pengurusan Kesinambungan Perkhidmatan MAMPU

8 shares



MySejahtera

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
10 April ·

Satu usaha yang dilaksanakan secara kolaborasi strategik Majlis Keselamatan Negara (MKN), Kementerian Kesihatan Malaysia (KKM), MAMPU dan juga Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM)

BANTU KAMI UNTUK BANTU ANDA

Noor Hisham Abdullah ·
10 April ·

MySejahtera adalah aplikasi pemantauan COVID-19 yang dibangunkan untuk membolehkan pengguna melaksanakan penilaian kesihatan sendiri dan mendapatkan maklumat lo... See more



60 Likes



28 Shares



123 Retweets



169 Likes



55 Likes



78 Views

MyTrace

MAMPU JABATAN PERDANA MENTERI
4 May ·

Hebahan: Aplikasi MyTrace

MyTrace adalah aplikasi mudah alih pencegahan penularan dan pengesanan kontak untuk COVID-19. Muat turun aplikasi MyTrace melalui Google Play Store.

#COVID19... See more

2 Likes

1 Shares

41 Retweets

49 Likes

0 Likes

2

1 share

LAPORAN KEBERKESANAN PROMOSI MAMPU TAHUN 2020

PERBINCANGAN – HASIL DARIPADA TINJAUAN

- Hasil daripada soal selidik menunjukkan majoriti responden menjawab sangat setuju dan setuju. Ini bermakna promosi pada tahap baik.
- Responden menekankan penggunaan media sosial dalam mempromosi produk/perkhidmatan MAMPU. Hasil perbandingan dengan media sosial kementerian lain, terdapat beberapa ruang penambahbaikan bagi media sosial MAMPU.
- Readership bagi perkhidmatan advertorial agak kurang berbaloi jika dibandingkan dengan kos yang dikeluarkan.
- Promosi di televisyen dan youtube lebih tinggi mendapat viewership yang tinggi.
- Pengarah-Pengarah Bahagian yang ditemubual berpendapat promosi perlu dipusatkan di BPKK.

CADANGAN BAGI PELAN PROMOSI TAHUN 2021

- Promosi dipusatkan di BPKK dengan kerjasama rapat dari pemilik produk/perkhidmatan MAMPU.
- Mengekalkan medium promosi sedia ada, namun BPKK akan menambahbaik pendekatan yang akan digunakan.
- Fokus promosi menggunakan media sosial harus ditingkatkan.
- Fokus promosi MAMPU terbahagi kepada dua iaitu
 - 1) Agensi Kerajaan – untuk meningkatkan penggunaan produk/perkhidmatan MAMPU
 - 2) Orang awam – untuk meningkatkan kesedaran penggunaan kerajaan digital



TERIMA KASIH