Bahan bengkel

PENGGUNAAN LAMAN WEB WORDPRESS & STRATEGI MEDIA SOSIAL

www.utm.my/corporateaffairs/webteam

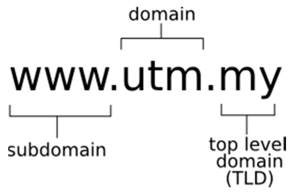
Oleh:
Unit Web
Pej. Hal Ehwal Korporat
Universiti Teknologi
Malaysia (UTM)

PEMBANGUNAN DAN PENGURUSAN LAMAN WEB MENGGUNAKAN WORDPRESS
&
THEME UTM LUMINO

Kelebihan WordPress

1. **Memiliki *domain name***
   WordPress merupakan platform *blogging* terkenal untuk *self hosted blog*. Pengguna boleh memilih sendiri *domain name* peribadi masing-masing, misalnya www.nama-anda.com.

   Dalam domain name , ada 3 bahagian. *Top-level-domain* (TLD), *domain*, dan *subdomain.*
   Sebagai contoh :



2. **Percuma**
   Akaun WordPress boleh didapatkan secara percuma melalui *website* rasminya di wordpress.com.

3. ***Open Source***
   Programming language yang digunakan di sebalik WordPress boleh diketahui dan dikembangkan atau diperkayakan oleh banyak orang.

4. **Mudah digunakan**
   Aplikasi WordPress sangat mudah digunakan jika dibandingkan dengan aplikasi atau *software* membuat *website* yang lain seperti Dreamweaver dan Frontpage. Malah, ia juga sangat mudah untuk digunakan apabila dibandingkan dengan CMS seperti Joomla dan Mambo.

5. ***Multi User***
   Sesuatu akaun WordPress boleh dikendalikan oleh banyak *user*, iaitu administrator, editor, *author*, *subscriber* dan *contributor*.

6. ***Plugin***
   Fungsi akaun WordPress juga boleh dipertingkatkan dengan penggunaan *plugin* yang boleh didapati secara percuma di Internet. Dengan penggunaan *plugin* tersebut, *website* anda boleh menjadi semakin *SEO friendly*.

7. ***Categorized blogging***
   Pengguna boleh mewujudkan *category* dan *sub-category* mengikut untuk mengkelaskan *post* masing-masing tanpa batasan.

8. **Penggunaan secara *offline***
   Pengguna boleh mengakses WordPress tanpa penggunaan Internet, iaitu dengan menggunakan *web server* yang di*install* secara *local*.

9. Mudah untuk *set-up*

Pengguna WordPress tidak perlu bersusah payah untuk *set-up* akaun aplikasi kerana mereka hanya perlu menggunakan fungsi *fantastico* untuk *install* WordPress di *Control Panel* mereka.

10. *Multi-language*

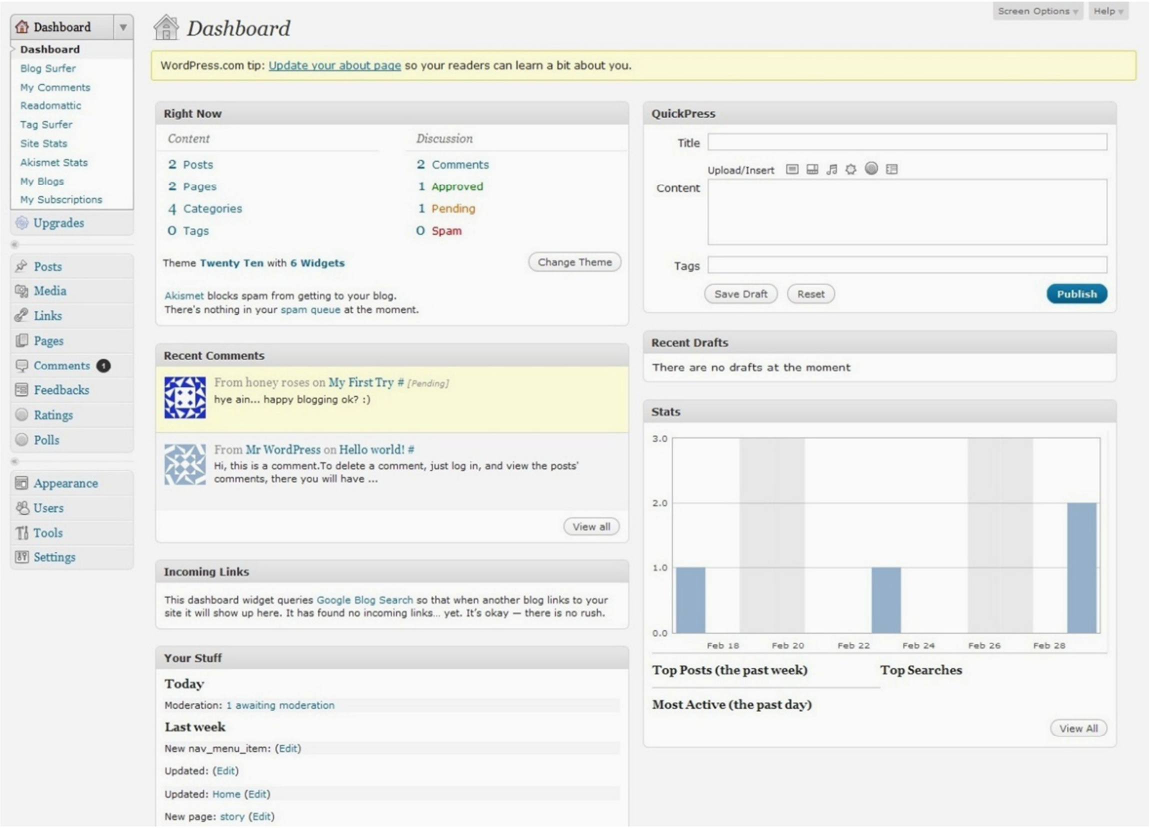
Meskipun WordPress dibangunkan dalam bahasa Inggeris, tetapi Wordpress juga tersedia dalam pelbagai bahasa lain seperti Sepanyol, Portugis dan Indonesia. Ini tentu sekali memudahkan pengguna yang kurang mahir dalam penggunaan bahasa Inggeris.

11. *SEO friendly*

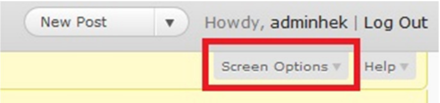
WordPress dilengkapi dengan ciri-ciri *self ping*. Ciri-ciri ini akan menghantar *ping* ke *search engines* yang berbeza setiap kali blog diupdate.

Pengenalan kepada *Dashboard*

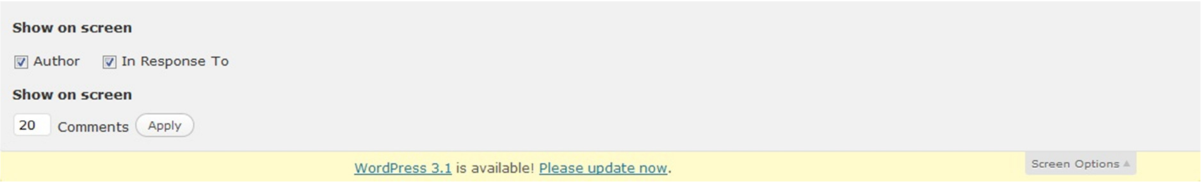
Dashboard adalah paparan pertama yang anda lihat apabila anda log masuk ke akaun WordPress anda. *Dashboard* berfungsi sebagai tempat di mana anda boleh mendapatkan gambaran sekilas tentang apa yang terjadi kepada blog anda. Di sini, anda boleh mengetahui tentang berita, melihat *draft posting* anda, melihat siapa yang berhubung dengan anda atau seberapa popular *content* anda. *Dashboard* juga memaparkan *quick-post*, atau memeriksa dan bertindak sebagai *moderater* kepada komen-komen terbaru anda.



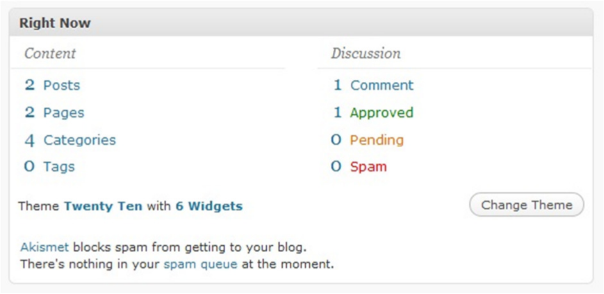
1) *Screen Options*



Screen Options pull down tab terletak di bahagian kanan atas *Dashboard* anda. Aplikasi *Screen Options* digunakan untuk menyiarkan/menyembunyikan modul pada sesetengah skrin dan menyiarkan/menyembunyikan *columns* di skrin-skrin lain. Selain itu, anda juga boleh mengubah jumlah *items* untuk disiarkan di sesuatu *page*.



2) Right Now

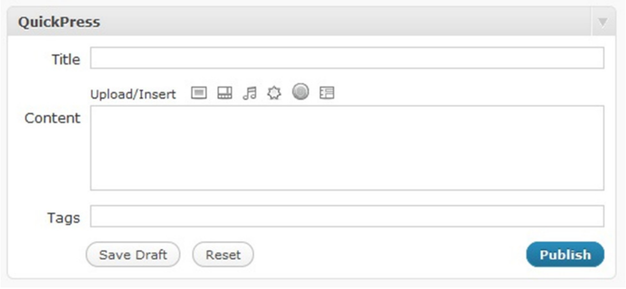


Right Now menawarkan paparan sekilas tentang *post* blog anda, *pages*, *categories* dan *tags*. Klik pada mana-mana nombor dan anda akan dibawa ke paparan yang berkaitan.

Terdapat juga kiraan jumlah, *approved*, *pending* dan *spam comments*.

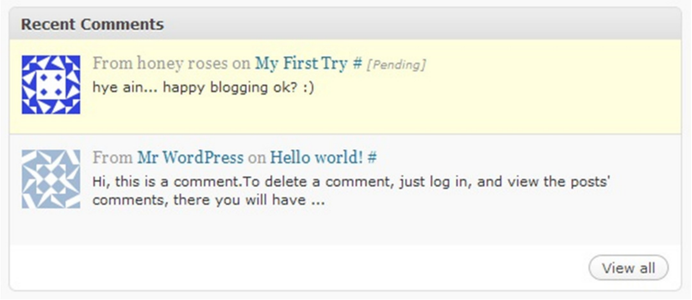
Anda juga boleh mengklik pada nombor-nombor pada komen tersebut untuk pergi ke skrin komen yang tertentu. Di bawah info tersebut, terdapat beberapa *link* yang akan membawa anda ke bahagian *themes*, *widgets* atau *spam queue*.

3) QuickPress



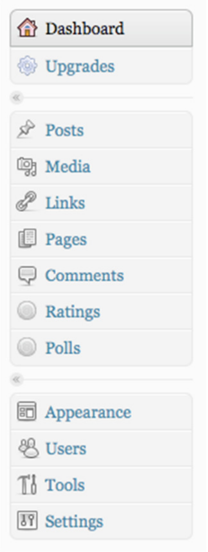
QuickPress ialah *mini-post editor* di mana ia berfungsi untuk membenarkan penghasilan sesuatu *content* segera dari *Dashboard*.

4) Recent Comments



Recent Comments memiliki banyak fungsi-fungsi baru untuk bekerja bersama komen dengan cepat dan mudah dari ruangan *Dashboard*. Ia akan memaparkan sehingga 5 komen terbaru di dalam blog anda.

Jika anda menggerakkan *mouse* anda ke atas salah satu komen yang berada di dalam senarai, *action links* akan terpapar, iaitu *Approve, Edit, Reply, Spam,* atau *Delete.*



Jika anda klik pada *"Reply" action link*, sebuah *form* akan terpapar di mana ia berfungsi membenarkan anda membalas komen secara *direct* dari *Dashboard.*

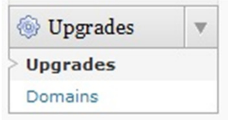
Dashboard Menu

Menu bar di sebelah kiri membenarkan anda untuk pergi ke skrin *administrations* dengan hanya beberapa klik dalam kadar waktu yang pantas.

Dashboard

Menu "Dashboard" berfungsi menyiarkan ringkasan tentang apa yang terkandung di dalam blog anda.

Upgrades



Menu "*Upgrades*" berfungsi menawarkan beberapa tetapan tambahan dengan kemudahan yang sudah dinaiktaraf. Untuk menggunakan tetapan yang ditawarkan, anda perlu melakukan pembayaran sebelum memakainya.

Posts

Posts ialah *entries* yang dipaparkan di dalam muka depan blog anda. *Posts* mengandungi senarai *category*, *archives* dan *feeds*. *Posts* selalunya berkaitrapat dengan sesuatu tarikh, di mana ianya dimasukkan ke dalam URL.

Terdapat juga *posts* yang dikelaskan mengikut *categories*. *Categories* berfungsi membantu anda mengkelaskan *posts* bersama dan untuk memaklumkan kepada pembaca tentang apa yang ingin disampaikan di dalam sesuatu *post* itu. *Categories* juga membantu pengguna untuk mencari *content* anda.

Media

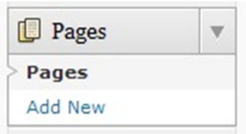
Menu "*Media*" berfungsi menguruskan fail *media* anda yang sedia ada seperti imej, audio, video dan *documents*. Anda juga boleh memuatnaik fail baru ke *Media Library* anda dengan menggunakan fungsi "*Add New*". Selain itu, anda juga boleh menyunting atau melakukan apa-apa perubahan kepada *media* tersebut dengan meletakkan *cursor* ke atas nama *file* untuk melihat "*Edit*", "*Delete Permanently*" dan "*View*" *action links* dipaparkan.

Di bawah menu ini juga, anda dapat melihat berapa banyak ruang (*space*) yang anda sudah gunakan dan berapa banyak ruang yang tinggal. Jika anda memerlukan lebih banyak ruang tambahan, anda seharusnya membeli salah satu dari aplikasi "*Space Upgrades*".

Links

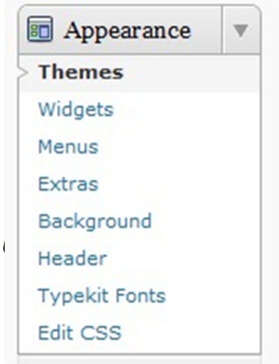
Menu "Links" berfungsi membantu anda menambahkan *links* ke dalam *posts* atau *pages.*

Pages



Pages ialah sesuatu yang statik di mana ia berfungsi memaparkan maklumat yang tidak berubah sepenuhnya, seperti *About page*. *Pages* dipaparkan di bahagian *widget* untuk *Pages* dan di bahagian *tabs* atau *links* di ruangan atas sesuatu *themes*. *Pages* tidak berkaitan dengan sesuatu tarikh atau masa seperti *post*.

Appearance

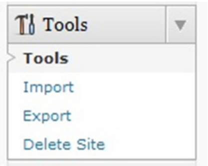


Menu "*Appearance*" berfungsi untuk menghasilkan *graphical interface* untuk sesuatu blog.

Menu “*Users*” berfungsi memberikan informasi kepada anda tentang *users* yang boleh mendapat *access* ke blog anda. Di sini juga, anda boleh menambah *users* lain serta mengundang dan menambah mana-mana individu yang tidak mempunyai akaun *WordPress.com.*

Selain itu, anda boleh mengemaskini maklumat dan latar belakang anda sebagai pemilik akaun tersebut. Anda juga boleh menetapkan beberapa *settings* yang anda rasakan sesuai untuk blog anda melalui *sub-menu “Personal Settings”*.

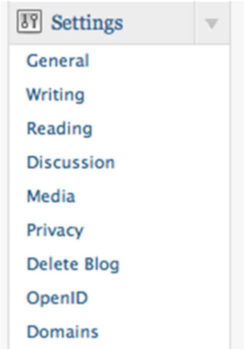
Tools



Menu “Tools” berfungsi mengimport sebarang bentuk media dari platform blogging yang lain seperti *Blogger*, *Israblog*, *LiveJournal*, *Movable Type*, *Typepad*, *Posterous*, *Spaces*, *Tapuz*, *Vox* dan *Yahoo! 360*. untuk dimasukkan ke blog anda di WordPress.com.

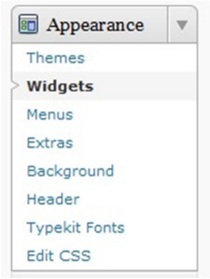
Selain itu, terdapat juga sub-menu yang membolehkan anda mengeksport content blog anda seperti *posts*, *pages*, *comments*, *categories* dan *tags*.

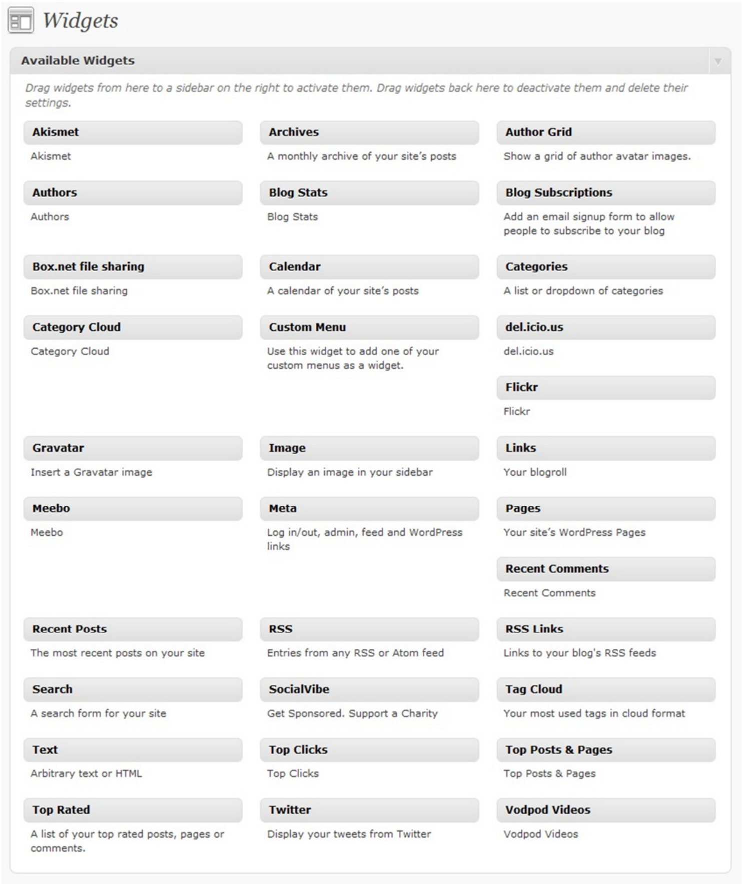
Settings



Menu *Settings* di dalam blog anda membantu anda untuk menetapkan segalanya tentang bagaimana blog anda bekerja dan berfungsi.

Widgets





1) *Archives Widget*

Widget ini berfungsi mengaturkan *posts* anda yang telah dipaparkan sebelumnya mengikut bulan. *Widget* ini amat berguna bagi pembaca yang ingin mencari *content* terdahulu anda.

2) *Categories Widget*

Widget ini berfungsi menyusun *posts* anda mengikut kategori yang anda buat sendiri di bahagian *sidebar* blog anda. *Widget* ini amat berguna kepada pembaca yang mahu mencari *posts* berdasarkan topik-topik tertentu.

3) *Custom Menu Widget*

Widget ini berfungsi memaparkan *pages*, *categories* dan *custom links*. Untuk menggunakannya, anda perlu membuat *custom menu* terlebih dahulu.

4) *Image Widget*

Widget ini berfungsi memaparkan imej atau gambar di *sidebar* blog anda.

5) *Links Widget*

Widget ini berfungsi memaparkan senarai *links* (juga dikenali sebagai *blogroll*) di bahagian *sidebar* pada blog anda. Di sini, anda boleh berkongsi *link* blog atau *website* kegemaran anda dengan pengunjung blog anda.

6) *Meta Widget*

Widget ini berfungsi memberi kemudahan kepada anda untuk log masuk dan keluar dari blog anda. Ia juga memudahkan anda untuk *access* ke *dashboard* dan *RSS feeds* pada blog anda.

7) *Pages Widget*

Widget ini berfungsi memaparkan pages dari blog anda di bahagian sidebar blog anda. Widget ini dapat memudahkan pembaca untuk menjelajah di seluruh blog anda.

8) *Recent Comments Widget*

Widget ini berfungsi memaparkan komen terbaru dari pembaca yang ditinggalkan di blog anda.

9) *Recent Posts Widget*

Widget ini berfungsi memaparkan *posts* terbaru yang anda tulis.

10) *Text Widget*

Widget ini berfungsi menambahkan teks atau *HTML code* di bahagian *sidebar* pada blog anda. Anda boleh menggunakan *widget* ini untuk memaparkan *links*, *simple text*, imej, *tables*, *CSS styled HTML* atau kombinasi kesemuanya.

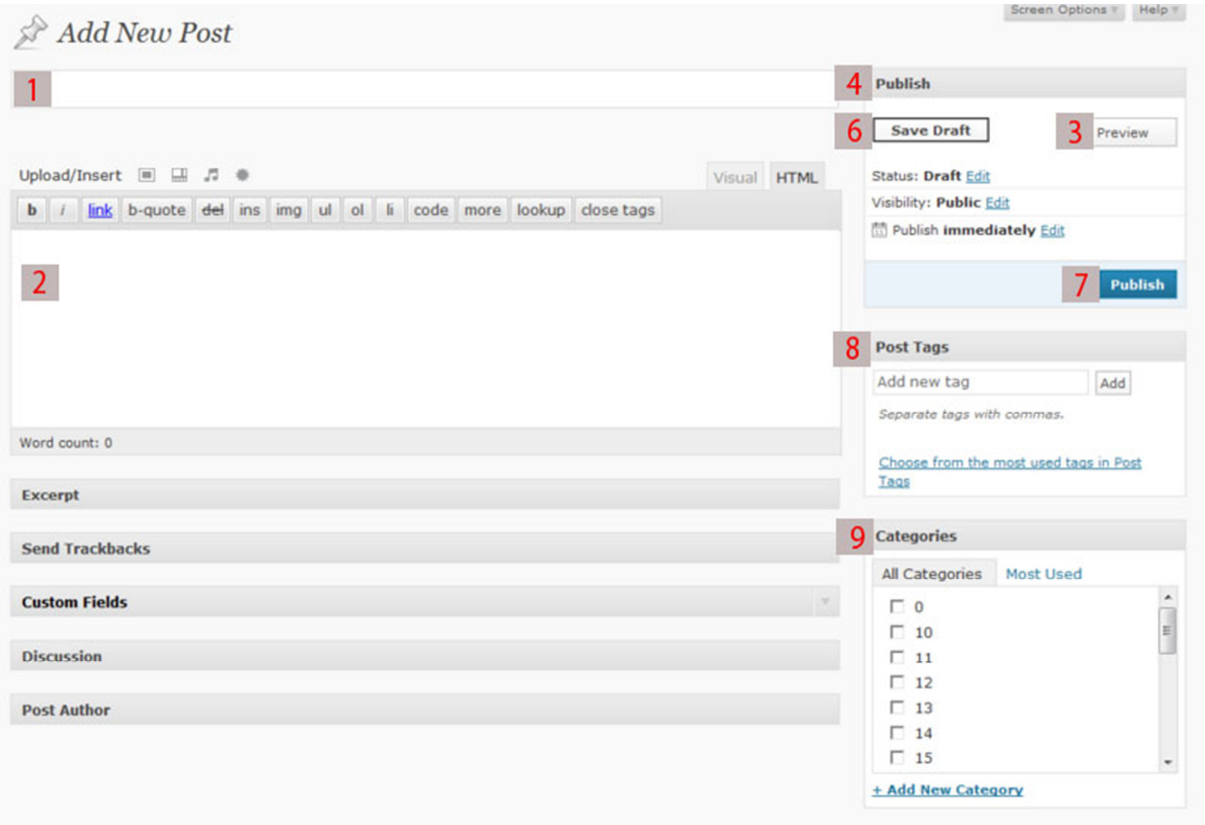
Cara-cara membuat Post/Page baru

Post adalah entri yang dipaparkan dalam urutan kronologi terbalik pada homepage anda. Berbeza dengan page, post biasanya memiliki bahagian komen pada bahagian bawahnya dan termasuk dalam RSS feed halaman anda.

Untuk menulis post :

1. Log in ke WordPress Administration Panel (Dashboard).
2. Klik pada tab Posts
3. Klik pada Sub Tab Add New
4. Mulakan post anda
5. Jika diperlukan, pilih kategori (utk post sahaja), parent (untuk page sahaja), tambah tag, dan membuat pilihan lain dari bahagian bawah posting. Setiap bahagian ini akan dijelaskan di bawah.
6. Apabila semuanya sudah selesai, klik Publish

Penerangan Bahagian Posts



1. Title

Tajuk untuk post anda. Anda boleh menggunakan apa sahaja perkataan atau ayat. Elak menggunakan tajuk yang sama kerana ia mungkin menyebabkan masalah. Anda boleh guna commas, apostrophes, quotes, hypens/dashes, dan symbol yang lain. Contohnya, “Tutorial 1 – Pengenalan WordPress”. WordPress akan membersihkannya untuk link ke posting yang disebut post-slug.

2. Post Editing Area

Kotak kosong di mana anda memasukkan tulisan, link, link ke gambar, dan maklumat yang ingin dipaparkan di laman anda. Anda boleh menggunakan baik Visual atau paparan HTML untuk menulis posting anda.

3. Preview Button

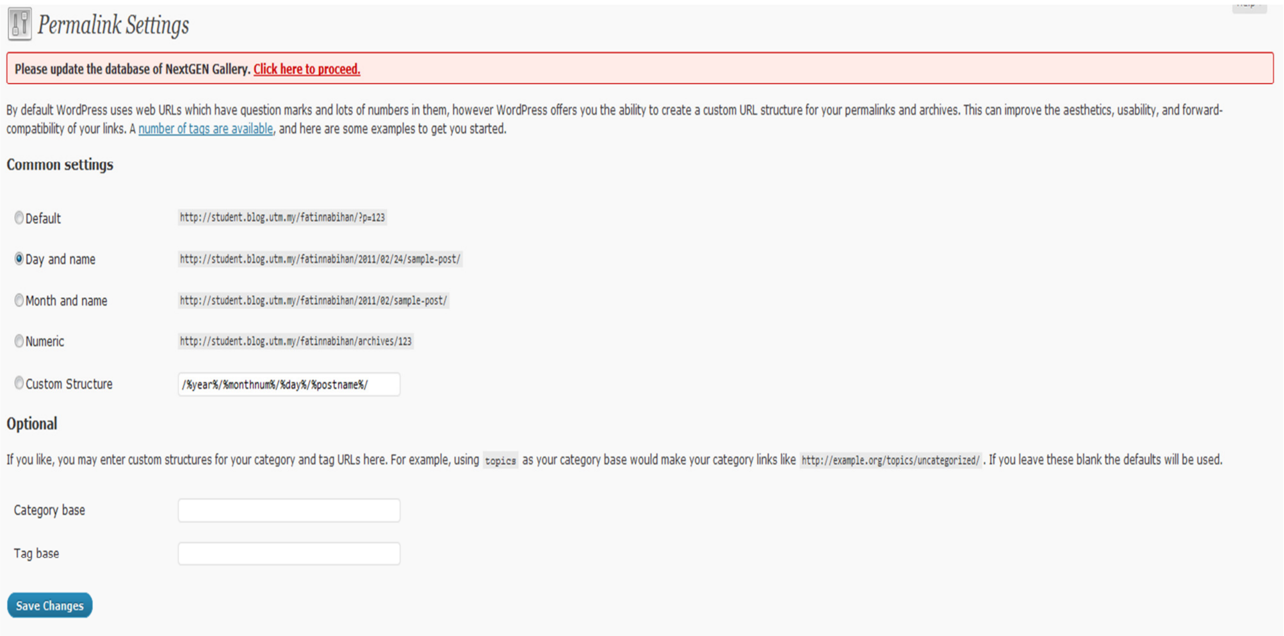
Membolehkan anda untuk melihat posting sebelum diterbitkan secara rasmi

4. Publish Box

Mengandungi button yang mengawal keadaan posting anda. Keadaan yang penting ialah Published, Pending Review dan Draft. Status “Published” bermaksud post telah diterbitkan di blog anda dan semua orang boleh membaca. “Pending Review” bermaksud draft sedang menunggu untuk disemak oleh penyunting sebelum diterbitkan. “Draft” pula bermaksud posting belum diterbitkan dan masih kekal sebagai draft. Jika anda memilih spesifik status Publish, dan klik Update post atau button Publish, status tersebut akan diaplikasikan pada post tersebut.

5. Permalink

Setelah save post, Permalink di bawah tajuk menunjukkan URL untuk posting, sekiranya anda enable permalink. (Untuk enable permalink, pergi ke Settings > Permalinks). URL dihasilkan melalui tajuk anda. Dalam versi WordPress sebelum ini, ia disebut sebagai “page-slug”. Tanda karakter seperti commas, quotes dan bukan tanda HTML yang lain diubah dan dan tanda dash (-) diletakkan di antara setiap kata. Jika tajuk anda adalah “Tutorial 1 – Pengenalan WordPress”, maka ia akan menjadi “Tutorial-1-Pengenalan-WordPress” sebagai tajuk. Anda boleh menukarnya secara manual, mungkin memendekkanya seperti “Tutorial-Pengenalan-WordPress”.



6. Save

Membolehkan anda untuk menyimpan posting sebagai draft/pending review daripada secara terus menerbitkannya. Untuk kembali ke draft, tekan Posts > Edit pada menu bar dan pilih posting anda dari senarai.

7. Publish

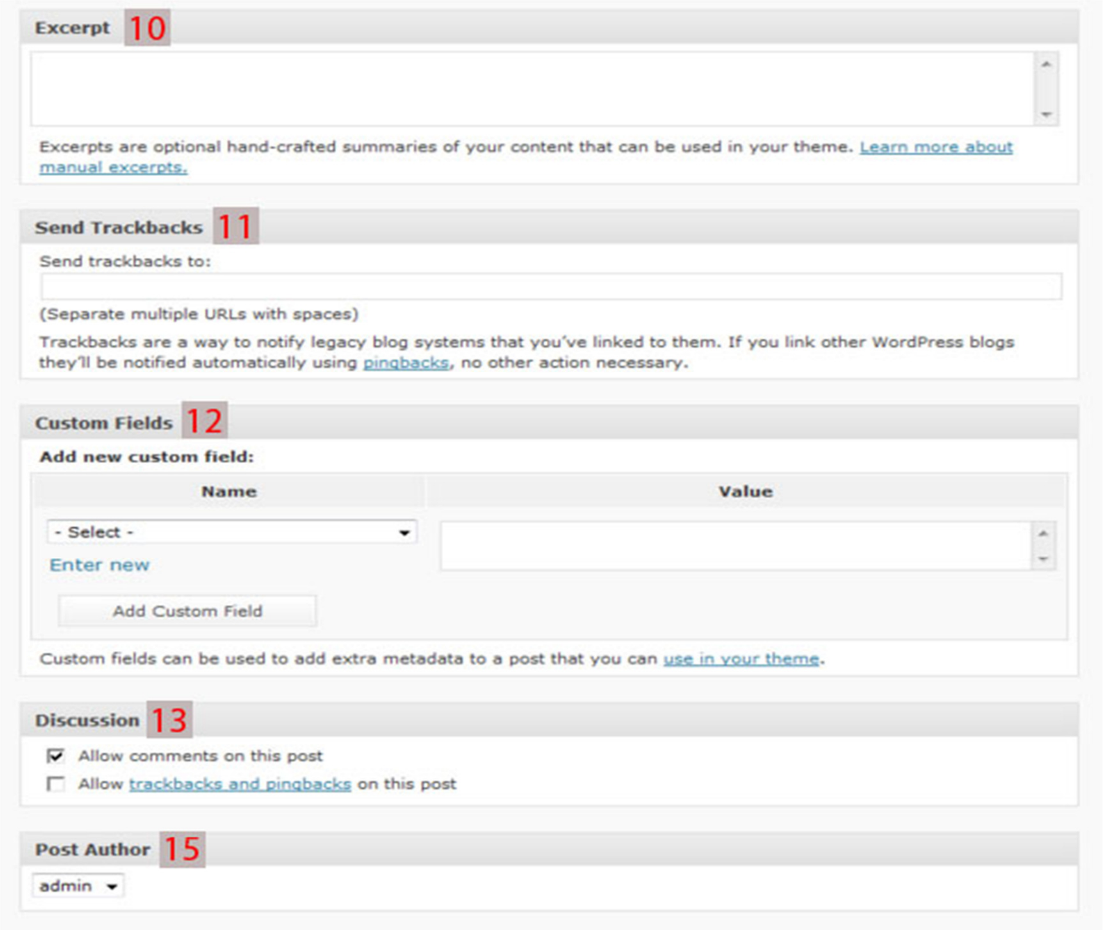
Terbit posting anda di laman. Anda boleh edit masa ketika posting anda diterbitkan dengan klik link Edit di atas button Publish dan menentukan waktu yang anda ingin posting ini diterbitkan. Secara default, pada masa posting ditulis, tarikh dan masa tersebut disimpan dalam database.

8. Posts Tags

Merujuk kepada micro-categories untuk blog anda, sama dengan entri indeks untuk page. Posting dengan tag yang serupa dihubungkan bersama apabila pengguna mengklik salah satu tag. Tag harus dihidupkan dengan kod yang tepat dalam theme anda untuk mereka muncul di posting anda. Tambah tag baru untuk posting dengan menaip tag ke dalam kotak dan klik “Add”.

9. Categories

Topik umum yang boleh diklasifikasikan pada post. Secara umumnya, blogger memiliki 7-10 kategori untuk kandungan mereka. Pembaca boleh mencari kategori tertentu untuk melihat semua post di dalam kategori. Untuk menambah kategori baru, klik Add New Category link di bahagian ini. Anda boleh menguruskan kategori dengan pergi ke Posts > Categories.



10. Excerpt

Sebuah ringkasan posting untuk dipaparkan pada muka depan laman anda serta pada kategori, arkib, dan carian non-single post pages. Excerpt tidak muncul secara default. Ia hanya muncul di posting anda jika anda telh menukar fail index.php untuk memaparkan excerpt. Jika demikian, WordPress secara automatic akan menggunakan 55 kata pertama dari posting anda sebagai excerpt atau sampai penggunaan tanda More Quicktag. Jika anda menggunakan Explicit Excerpt, ini akan digunakan dalam apa jua keadaan.

11. Send Trackbacks

Satu cara untuk memberitahu sistem blog warisan bahawa anda telah berhubung dengan mereka. Jika anda link blog WordPress lain, mereka akan diberitahu secara automatik menggunakan pingback. Tidak memerlukan tindakan yang lain. Bagi blog yang tidak mengenal pingback, anda boleh menghantar trackback ke blog dengan memasukkan alamat website dalam kotak ini, memisahkan maisng-masing dengan ruang.

12. Custom Fields

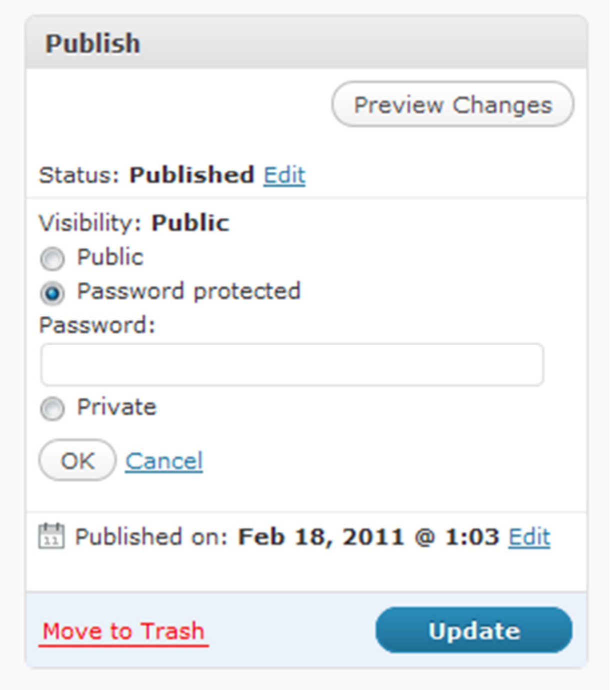
Menawarkan cara untuk menambah maklumat ke laman web anda. Dalam hubungannya dengan kod tambahan dalam fail template anda atau plugin, Custom Field boleh mengubah cara posting dipaparkan. Ia biasanya digunakan oleh plugin, tetapi anda boleh mengubahnya secara manual dalam bahagian ini.

13. Discussion

Pilihan untuk membenarkan interaktif dan notis dari posting anda. Bahagian ini mempunyai dua checkbox; Allow Comments dalm post ini dan Allow trackbacks dan pingback pada post ini. Jika kotak Allowing Comments tidak ditandakan, tiada siapa boleh post komen. Jika membiarkan kotak Allowing Ping tidak ditandakan, tiada siap yang boleh posting pingback atau trackback ke posting tertentu.

14. Password Protect This Post

Untuk melindungi password posting, klik Edit di sebelah kawasan “Visibility in the Publish”, kemudian klik Password Protected, klik OK dan masukkan password. Seterusnya klik OK. Nota: Editor dan Admin sahaja yang boleh melihat password protected atau private post dalam paparan edit tanpa mengetahui password tersebut.



15. Post Author

Senarai semua penulis blog yang anda boleh pilih dari atribut post author. Bahagian ini hanya menunjukkan jika anda mempunyai ramai pengguna dengan hak authoring di blog anda. Untuk melihat senarai pengguna, lihat tab Users pada sebelah kanan.

Pengurusan Category

Menguruskan Kategori

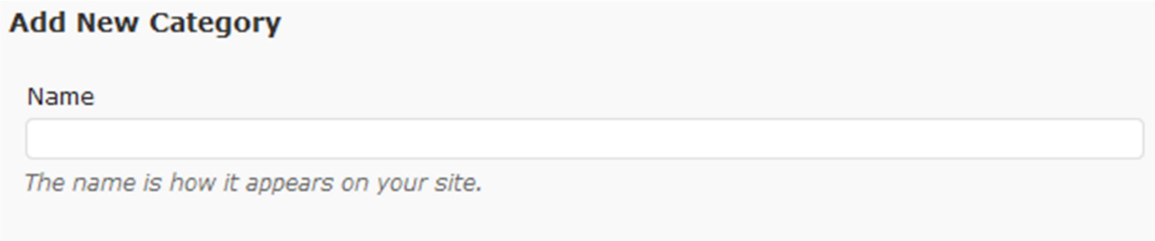
SubPanel ini dibahagi mengikut bahagian Popular Categories, Add Category, dan Category Table.

Add New Category

Sebahagian dari SubPanel yang mudah dihubungkan dari Table of Categories, membolehkan anda untuk membuat kategori baru. Terdapat empat maklumat yang berkaitan dengan kategori baru: name, slug, category parent, dan description.

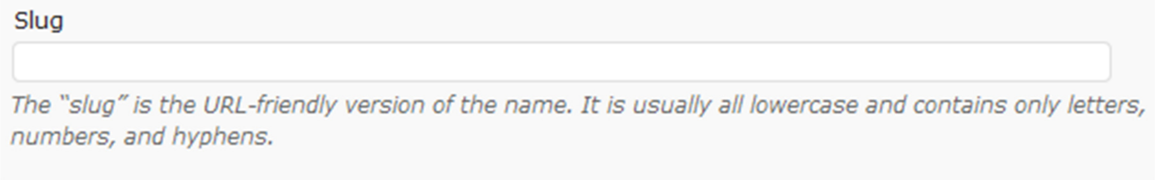
- Name

Nama kategori harus unik.



- Slug

Kategori slug harus unik. Kategori slug digunakan dalam URL. Misalnya, menetapkan nama kategori “Resepi” dan kategori Slug “makanan” akan menunjukkan semua “Resepi” posting dengan URL seperti example.com/blog/makanan.

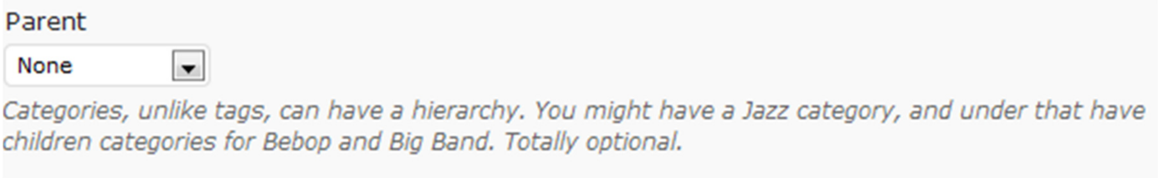


- Parent

Gunakan drop-down jika anda ingin membuat kategori ini sub-kategori, anda akan memilih sub-kategori di sini. Sebagai contoh, anda mungkin mempunyai kategori disebut “Gambar” tetapi anda ingin menambah penjelasan lebih lanjut tentang subjek posting “Gambar”. Anda boleh menambah “Air” dan “Angin” sebagai sub-kategori ke kategori “Gambar”; “Gambar” akan menjadi parent untuk kedua-dua sub-kategori ini.

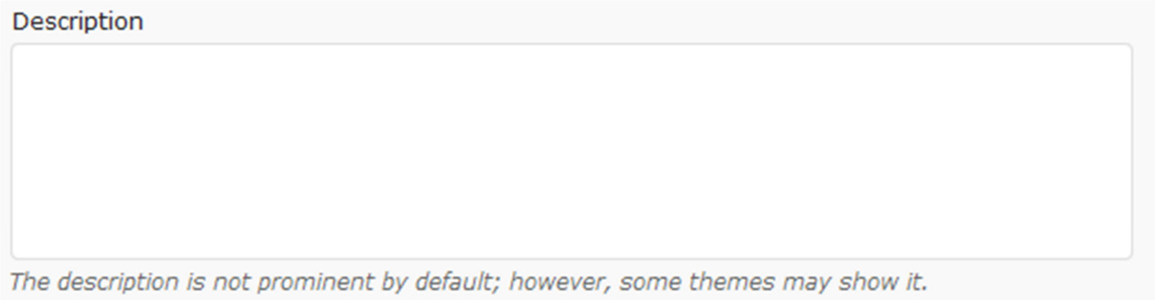
Sub-kategori tampil di halaman blog anda seperti Kategori, kecuali mereka biasanya terletak di bawah kategori parent masing-masing. Apabila seseorang melawat laman anda dan klik link kategori “Gambar” dan semua sub-kategori akan ditunjukkan. Mengklik link kategori “Air” hanya memaparkan mereka yang posting di sub-kategori. Jika anda menetapkan posting ke sub-kategori (misalnya “Air”), anda boleh

memilih untuk menetapkan posting kepada kategori parent (“Gambar”) atu tidak. Ataupun, semua posting “Air” akan muncul di halaman kategori “Gambar”.



- Description

Kategori penerangan merupakan pilihan.

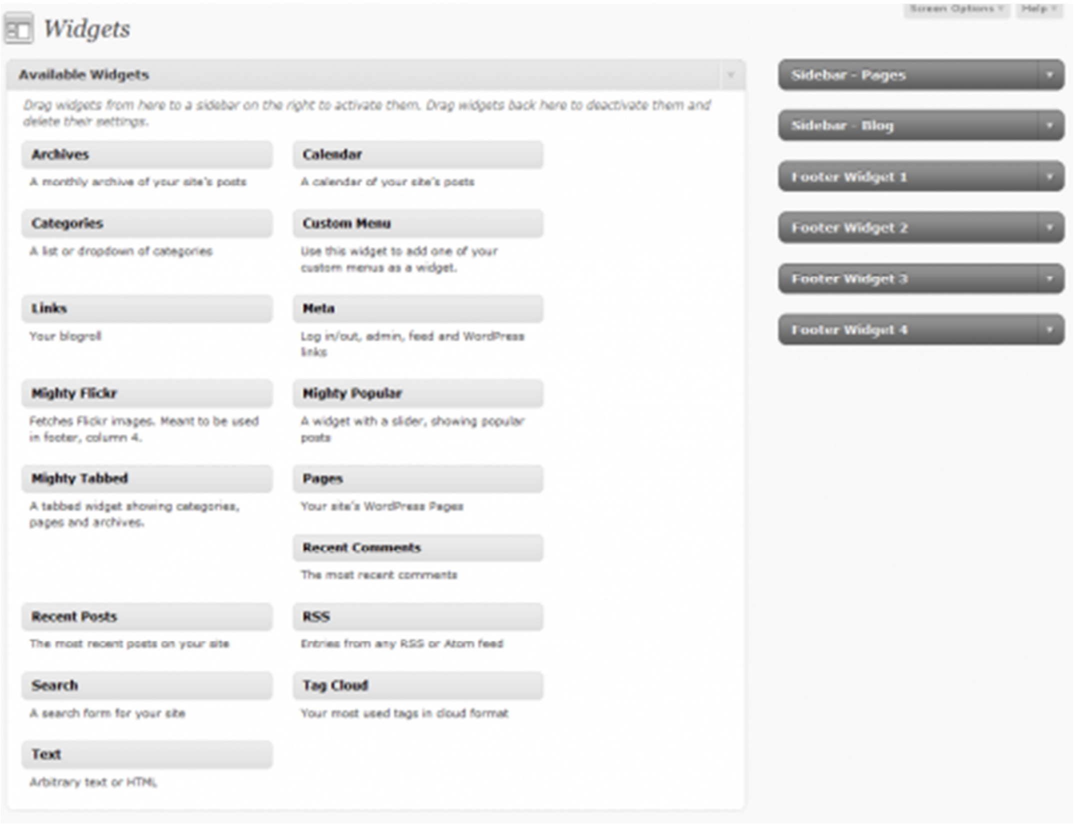


- Add New Category

Bahagian yang paling penting pada kotak Add New Category. Setelah anda memasukkan semua maklumat tentang kategori baru, gunakan button ini untuk menyimpannya.

Rekabentuk laman web menggunakan Widget

i. Pilih menu Appearance>Widget.



Pada halaman tersebut terdapat berbagai-bagai widget yang boleh digunakan. Sekarang, anda boleh mencuba menggunakan widgets search, tabbed, popular, categories, recent post dan rss.

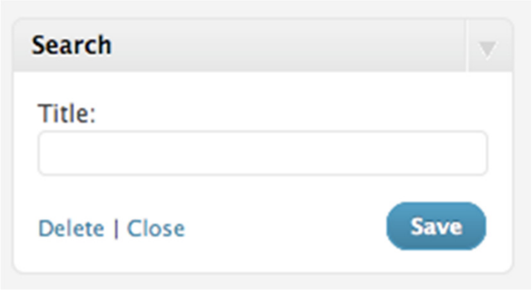
Contoh widget yang biasa digunakan:

- Search:

Widget Search ini ditambah kepada sidebar pada blog anda untuk membantu pembaca mencari sesuatu maklumat yang diperlukan.

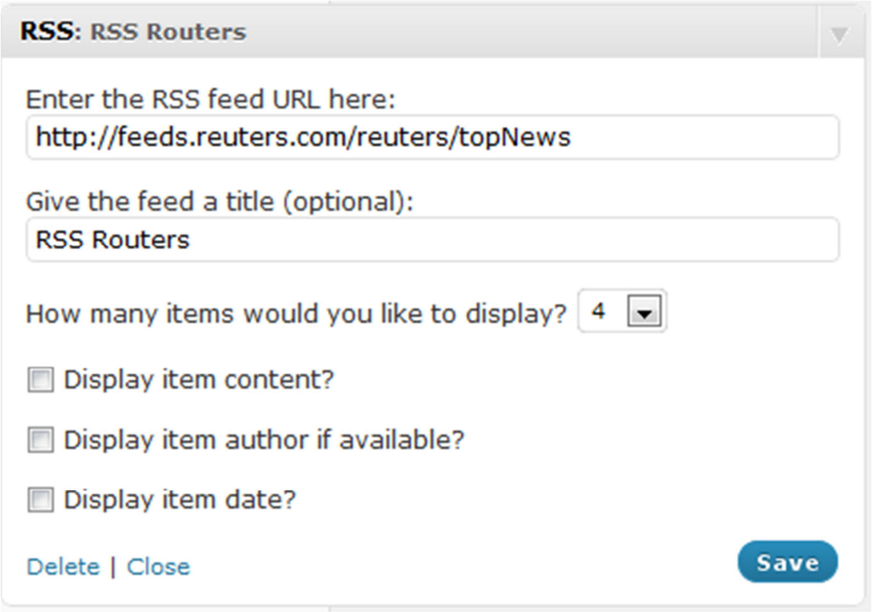
Ini adalah contoh paparan widget search:

Apabila anda menambah widget ini ke sidebar daripada **Appearance -> Widgets**, paparan widget tersebut adalah seperti berikut:



- RSS :

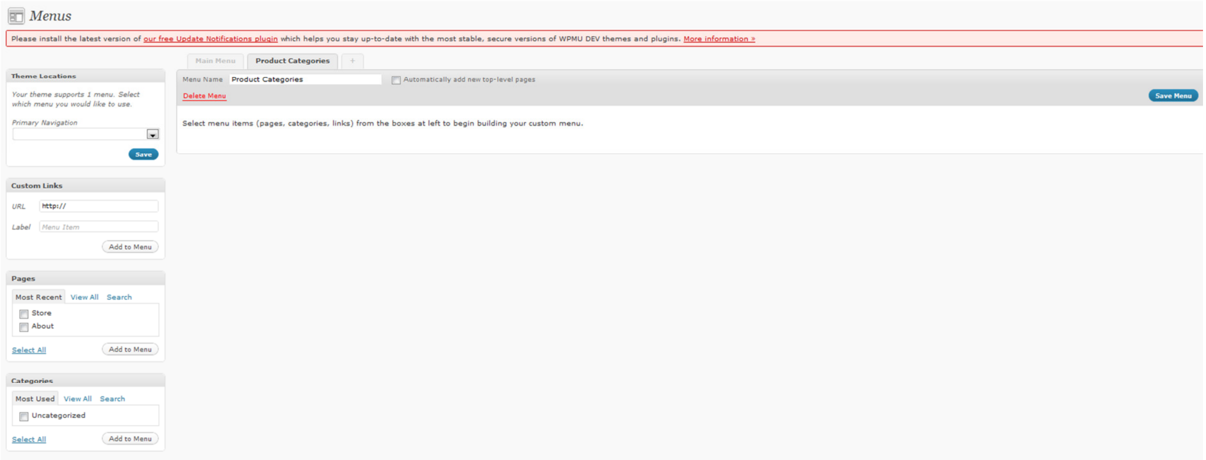
RSS digunakan untuk mendapatkan update dari suatu artikel/berita yang diperoleh dari website yang lain. **RSS URL** adalah untuk alamat website rss yang akan di link. **How many items** adalah menampilkan jumlah post rss yang akan dipaparkan.



ii. Pilih widget yang dikehendaki, kemudian tarik ke sidebar.

Rekabentuk laman web menggunakan Menu

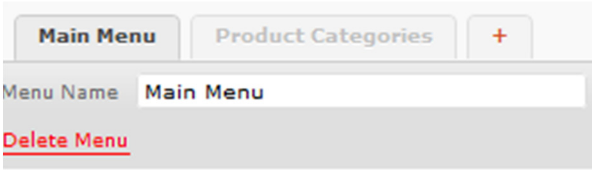
Screen Option



Screen option ini membolehkan anda memilih modul yang akan dipaparkan, atau tidak dipaparkan di bawah SubPanel. Apabila anda klik pada Screen Options tabs, ia akan memaparkan senarai modul bersama check-box untuk memilih.

- **Membuat Menu**

Untuk membuat menu, klik pada ikon + , beri nama pada menu tersebut, dan klik pada butang Create Menu.



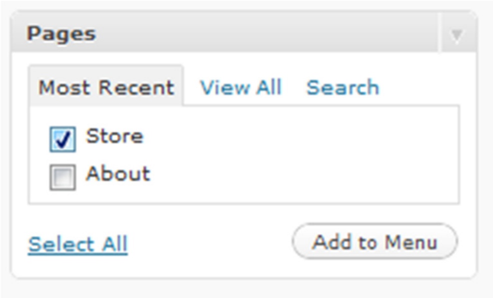
Nota: Jika theme yang sedang digunakan tidak menyokong menu, satu mesej akan dipaparkan. "The current theme does not natively support menus, but you can use the "Custom Menu" widget to add any menus you create here to the theme's sidebar." Akan dipaparkan untuk memberitahu widget boleh digunakan pada bahagian sidebar untuk memasukkan menu.

- **Membuang Menu**

Klik pada link ini untuk membuang menu.

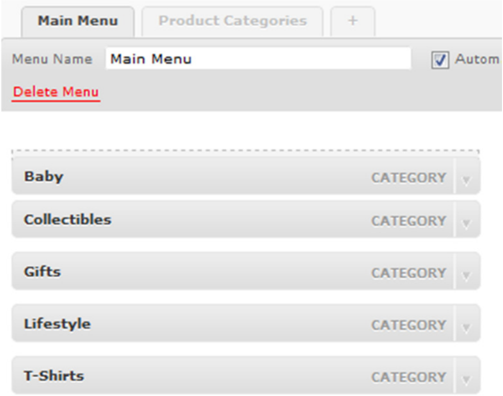
- **Menambah pages secara automatik**

Jika anda ingin memaparkan modul, anda perlu klik pada check box atau uncheck kotak check box itu apabila tidak ingin memaparkan. Setelah selesai, klik Add to Menu. Modul yang dipilih akan terpapar pada ruangan Main Menu, dan klik Save Menu.



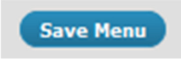
- **Menyusun kedudukan menu**

Kedudukan modul boleh dipindahkan dengan melalukan mouse ke atas modul tersebut. Setelah itu, anak panah 4-penjuru akan terpapar, klik ke atas modul tersebut, left-click pada modul tersebut dan tarik ke kedudukan yang dikehendaki. Proses ini juga dikenali sebagai drag and drop.



- **Save menu**

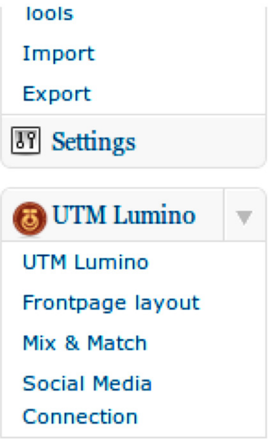
Klik pada butang ini untuk save menu.



Video tutorial boleh ditonton melalui laman web rasmi Webteam di
http://www.utm.my/corporateaffairs/webteam/workshop-materials/video-tutorials/

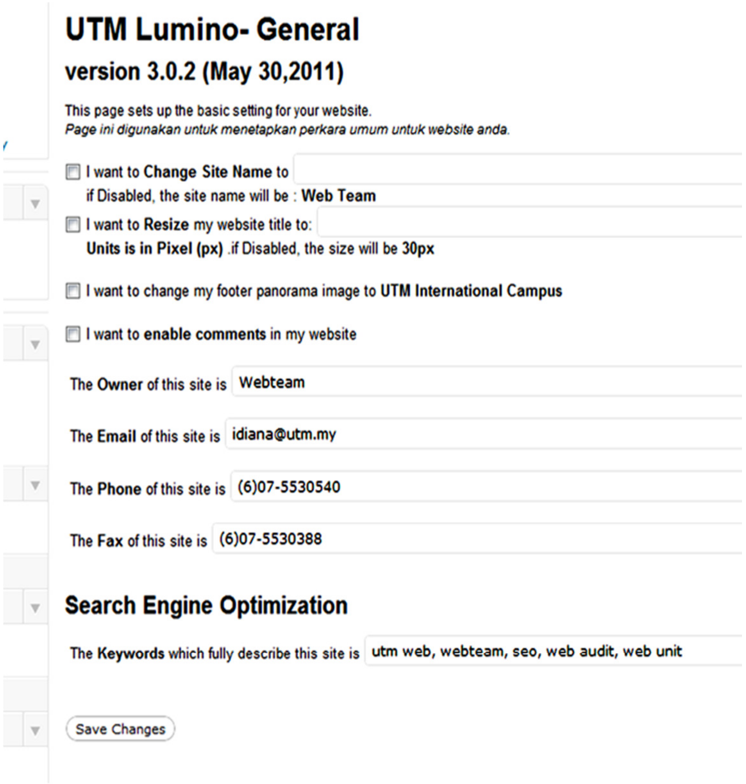
Peneragan Ringkas tentang UTM-Lumino

*(Penerangan lengkap mengenai penggunaan setiap ciri dan elemen dalam UTM-Lumino terdapat dalam **User Manual UTM-Lumino Wordpress Theme** yang akan diberikan kepada semua peserta bengkel pada akhir bengkel)*



UTM-Lumino adalah satu theme baru yang dihasilkan oleh Web Team setelah pelbagai perbincangan dan pembetulan dilakukan kepada theme pertama iaitu UTM-Generic. UTM-Lumino merupakan theme terkini (Jun 2011) yang digunakan kepada laman-laman web yang berasaskan CMS Wordpress.

Kelebihan UTM-Lumino ialah ia lebih mesra pengguna (untuk web admin) khususnya pada bahagian setting muka hadapan (Frontpage Layout) yang menggunakan Mix & Match tanpa memerlukan pengguna memiliki kemahiran dalam pengaturcaraan HTML/CSS.



UTM-Lumino telah direkabentuk khas untuk kegunaan laman-laman web dalam domain UTM.MY. Ia telah menepati ciri-ciri identity korporat dan penjenamaan university dan telah memiliki ciri-ciri rekaan yang mesra dengan setiap lapisan pengguna laman web.

UTM-Lumino telah dibangunkan dengan menitikberatkan ciri Search Engine Optimization, Content Owner dan beberapa ciri yang penting kepada setiap laman web di UTM.

Setiap field yang perlu diisi oleh admin juga disertakan dengan penerangan yang membantu pengguna (admin) memahami tujuan dan isi yang sepatutnya diisi.

PEMASARAN WEB MELALUI STRATEGI MEDIA SOSIAL

MEDIA SOSIAL

SOCIAL MEDIA STATISTICS 2010 & 2011

2010 was a big year for Social Media in many ways, we have seen services like Twitter, Facebook and Linkedin grow rapidly over the past 12 months; we also started to see more SME business's introduce **social media marketing** in to their online **strategy.**

Many people thought that social media was a fad and would simply disappear, however after seeing many large enterprise organisation such as Dell, Starbucks, and Ford implement very successful social media campaigns many smaller company's are now using social media to create an online presence and engage with new and existing customers on various social platforms.

Here is a few mind blowing statistics that indicate that social media is here to stay and isn't going away anytime soon

Twitter
2010 – Twitter had 75 million user accounts
2011 – Twitter now claims to have 175 registered users, Twitter has also recently announced that it's adding 15 million new users per month.

Linkedin
2010 – Linkedin seen steady growth with 50 million users, 20 million of these users being in the EU.
2011 – Linkedin announced that will going public and most recently announced that it now has 100 million active users globally.

Facebook
2010 – Facebook had 350 million active users worldwide
2011 – Facebook has seen amazing growth in the past 12 months with now over 640 million users, 50% of active users logging in each day and 65 million users accessing the site through a mobile device. The site has now overtaken Google as the no 1 site visited on the web globally!

(source: http://www.360innovate.co.uk)

STRATEGI MEDIA SOSIAL UTM

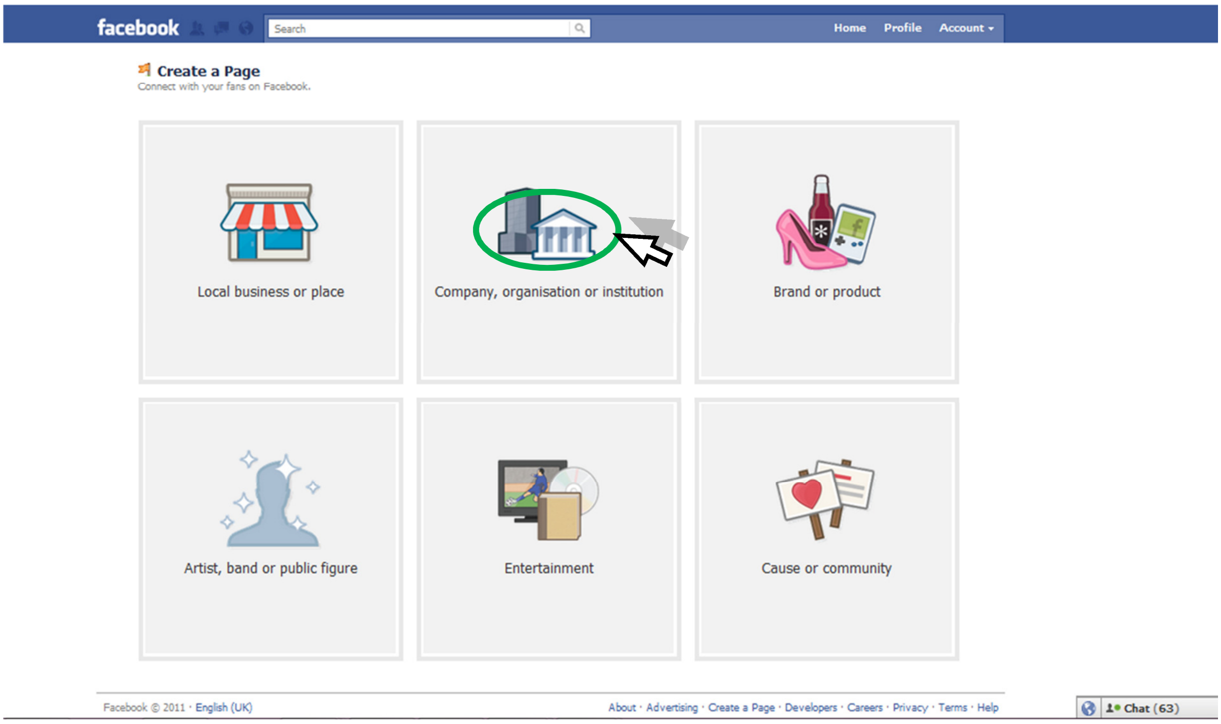
1. Pengiklanan di Facebook menggunakan Facebook Advertisement
2. Online bookmarking dalam kuliah dan research menggunakan Diigo,Del.ici.ous
3. Membangunkan Facebook page untuk Fakulti/Jabatan/Unit/Batch/Persatuan/Dekan
4. Mendaftar akaun professional serta membina jaringan professional menggunakan LinkedIn
5. Upload video kuliah, acara, video kreatif pelajar dan video korporat di YouTube serta diletakkan link dari YouTube ke laman web UTM/fakulti/jabatan
6. Upload fotografi/rekaan poster/imej tentang UTM/fakulti/jabatan menggunakan Flickr/Blog

Panduan/Polisi Media Sosial

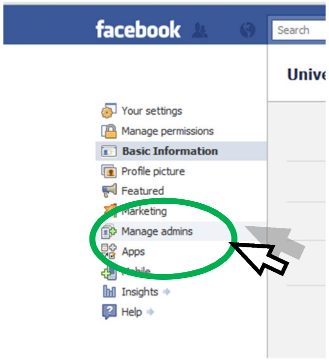
1) **Bertanggungjawab atas apa yang anda tulis** – Pertimbangkan dengan rasional setiap penulisan anda dan pastikan anda menghormati privasi dan hak cipta. Jangan sesekali mendedahkan maklumat sulit organisasi atau individu.
2) Jelas tentang **siapa audien/pembaca** – Perlu memahami bahawa setiap individu mempunyai kepercayaan, nilai, pendapat dan pegangan berbeza. Tidak salah menjadi diri sendiri tetapi perlu **menghormati nilai dan etika**.
3) **Dilarang menyuarakan pendapat** melalui media sosial peribadi dan dalam masa yang sama **mengeluarkan kenyataan sebagai wakil organisasi/jabatan** (Melainkan anda merupakan seorang admin bagi page/akaun media sosial organisasi/jabatan)
4) **Tidak mengeluarkan post atau kenyataan yang tidak beretika** sbg contoh:
    a. Menggunakan bahasa yang kasar/lucah/tidak sepatutnya;
    b. Menyerang peribadi seseorang;
    c. Menghina mana-mana etnik, bangsa atau agama;
    d. Spam atau pautan ke laman-laman web yang tidak berkaitan;
    e. Comment yang tidak berkaitan langsung dengan topic yang di post;
    f. Melibatkan aktiviti yang melanggar undang-undang /akta;
    g. Mempromosikan perkhidmatan/produk yang tidak berkaitan;
    h. Maklumat/bahan yang melanggar etika dan hakcipta.
5) Pihak universiti mempunyai hak untuk **mengambil tindakan** kepada staf/mahasiswa yang mengeluarkan kenyataan fitnah atau **memburukkan nama universiti dan kerajaan** yang mana boleh membawa kerosakan/penyebaran yang mendatangkan kemudaratan kepada keamanan negara.
6) Mengambil dan berkongsi bahan **hak cipta (gambar, video, artikel)** pihak lain tanpa izin berkemungkinan membawa masalah undang-undang (copyright/plagiarism)
7) Jadi diri sendiri. **Elakkan mengeluarkan kenyataan yang tidak pasti kebenarannya** dan bukan bidang kepakaran anda.
8) Setiap apa yang di'publish' akan kekal dalam simpanan pengkalan data media sosial tersebut walaupun telah kita delete bagi tujuan view kita. Fikirkan dengan baik sebelum mengeluarkan apa-apa kenyataan atau gambar.

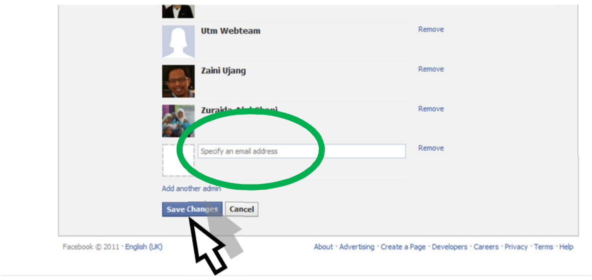
Membangunkan Page di Facebook

1. Klik pada link 'Create a Page' pada bahagian bawah laman Facebook anda
2. Pilih jenis page (department/faculty = company, organization or institution)
3. Isi maklumat yang diperlukan.



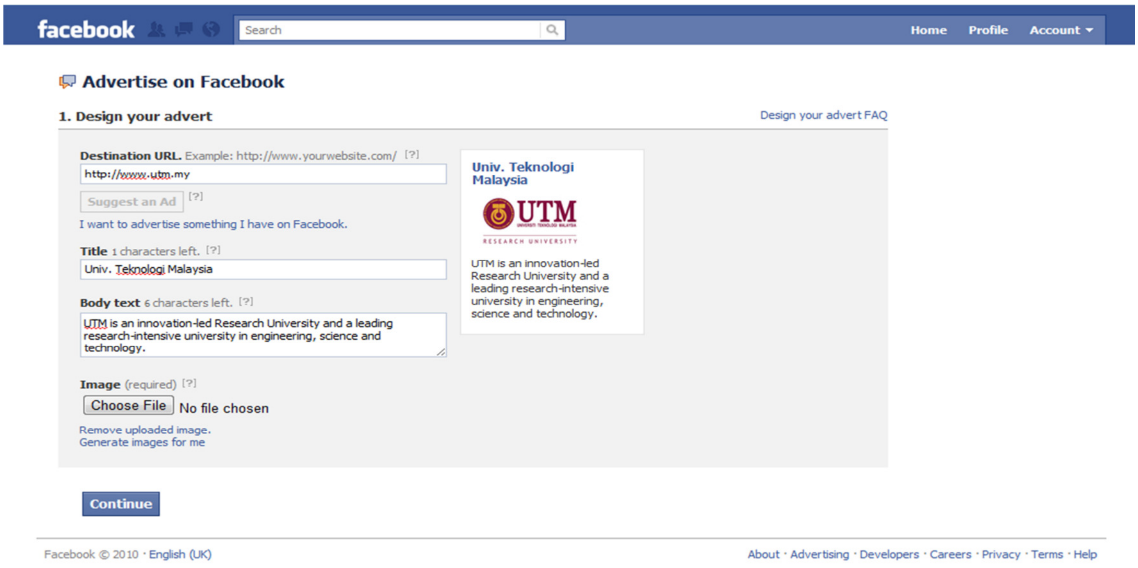
Menambah / melantik admin





1. Gunakan Facebook as Page
2. Klik pada Edit info
3. Klik pada Manage admins
4. Masukkan alamat email (Facebook) yang digunakan oleh admin (yang ingin dilantik)
5. Klik 'Save'

Pengiklanan di Facebook



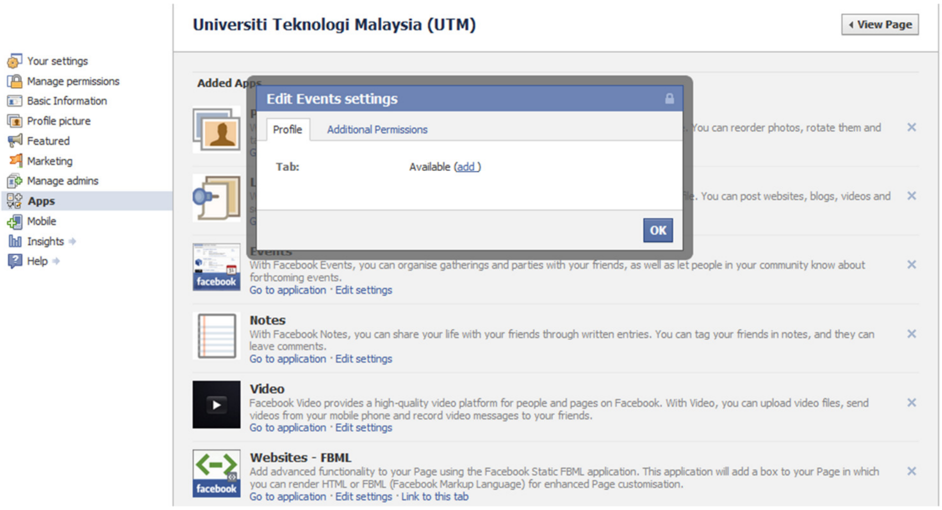
Cara link post/status di Facebook ke Twitter

1) Login ke facebook as Page
2) Buka laman http://www.facebook.com/twitter/

3) Klik pada Link to Twitter di Page yang ingin di'link'kan ke akaun Twitter

Anda akan diminta mengesahkan dan member keizinan kepada Facebook untuk menggunakan Twitter anda bagi tujuan link post/status Facebook anda di page Twitter.

Menambah “Tabs” atau Aplikasi

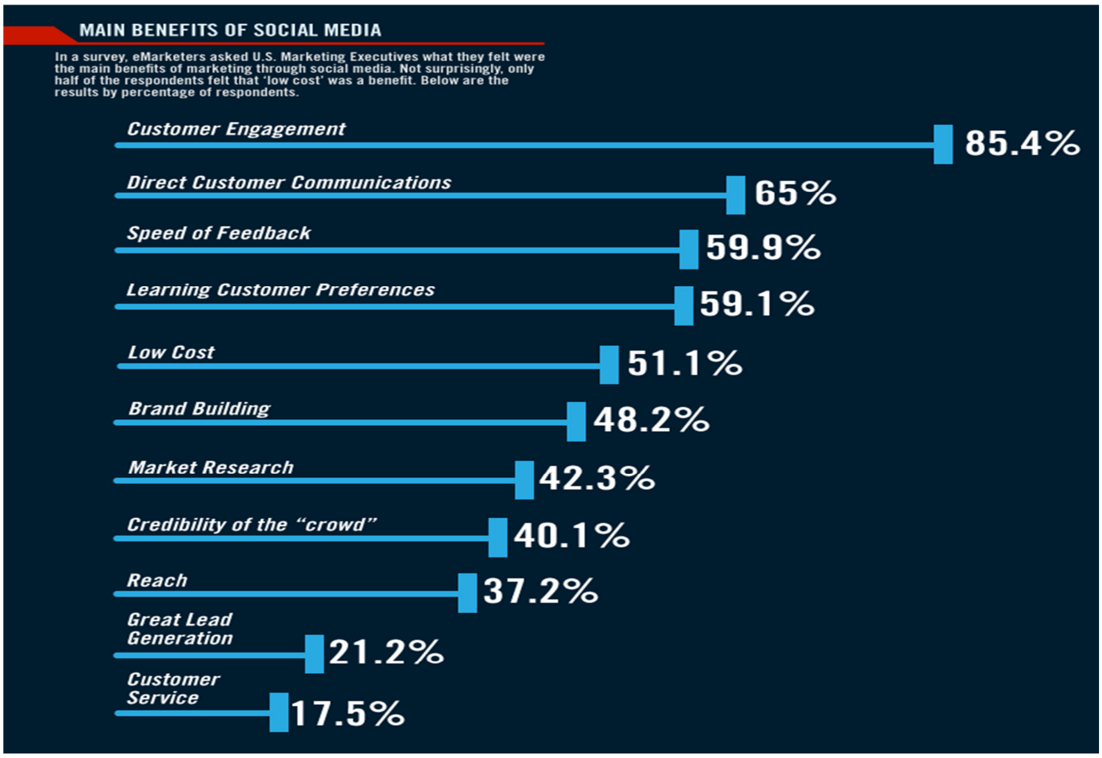


1. Bagi menambah “Tab” baru ke Facebook Page anda, klik ke menu “Apps” pada page admin.
2. Beberapa jenis “apps” akan disenaraikan.
3. Klik pada “apps” yang anda pilih cth: Events.
4. Klik pada link “add” dan klik OK

Tips untuk menambahkan traffic pada Facebook

1) Langkah pertama ialah keperluan untuk mengenalpasti target pembaca/pengguna/fans bagi Facebook page yang dibangunkan. Persoalan-persoalan ini perlu diberikan tumpuan:
   a. *Maklumat bagaimana yang para pembaca gemari?*
   b. *Jenis media apakah yang disukai oleh pembaca?*
   c. *Promosi apakan yang mudah mendapat perhatian pembaca?*
   d. *Isu-isu apakah yang mendapat perhatian pembaca?*
   e. *Produk apakah yang ditunggu-tunggu oleh pembaca?*

   Dari persoalan ini kita akan faham tentang apa yang perlu kerap dipaparkan di post/update pada Facebook page.
2) Post dan status adalah digalakkan untuk disusun (ayat) berbentuk soalan (yang menarik pembaca untuk menjawab)
3) Elakkan post artikel atau topic post yang tidak relevan dengan audien utama (cth: post mengenai perlantikan-perlantikan pengarah jabatan di Facebook Prasiswazah)
4) Sentiasa semak dan segera buang sekiranya terdapat post/comment yang tidak beretika.
5) Pastikan maklumat di bahagian 'info' seperti maklumat berkenaan lokasi, alamat, contact info, email, phone, website, dll
6) Gunakan logo rasmi sebagai gambar profile (avatar) dan gambar-gambar menarik di album.
7) Aplikasi Facebook adalah antara elemen yang banyak digunakan oleg pengguna. Cipta dan promosikan Facebook Apps sendiri (aplikasi Facebook)
8) Gunakan Facebook Badge dan letakkan di laman web dan laman-laman blog anda.
9) Sekiranya anda mempunyai peruntukan untuk pengiklanan, Facebook Ads (iklan berbayar) boleh gunakan bagi menambah traffic ke Facebook page. Ia boleh disetkan mengikut kumpulan sasaran pengiklanan, negara tertentu, umur sasaran serta target jumlah klik yang diinginkan.



Twitter

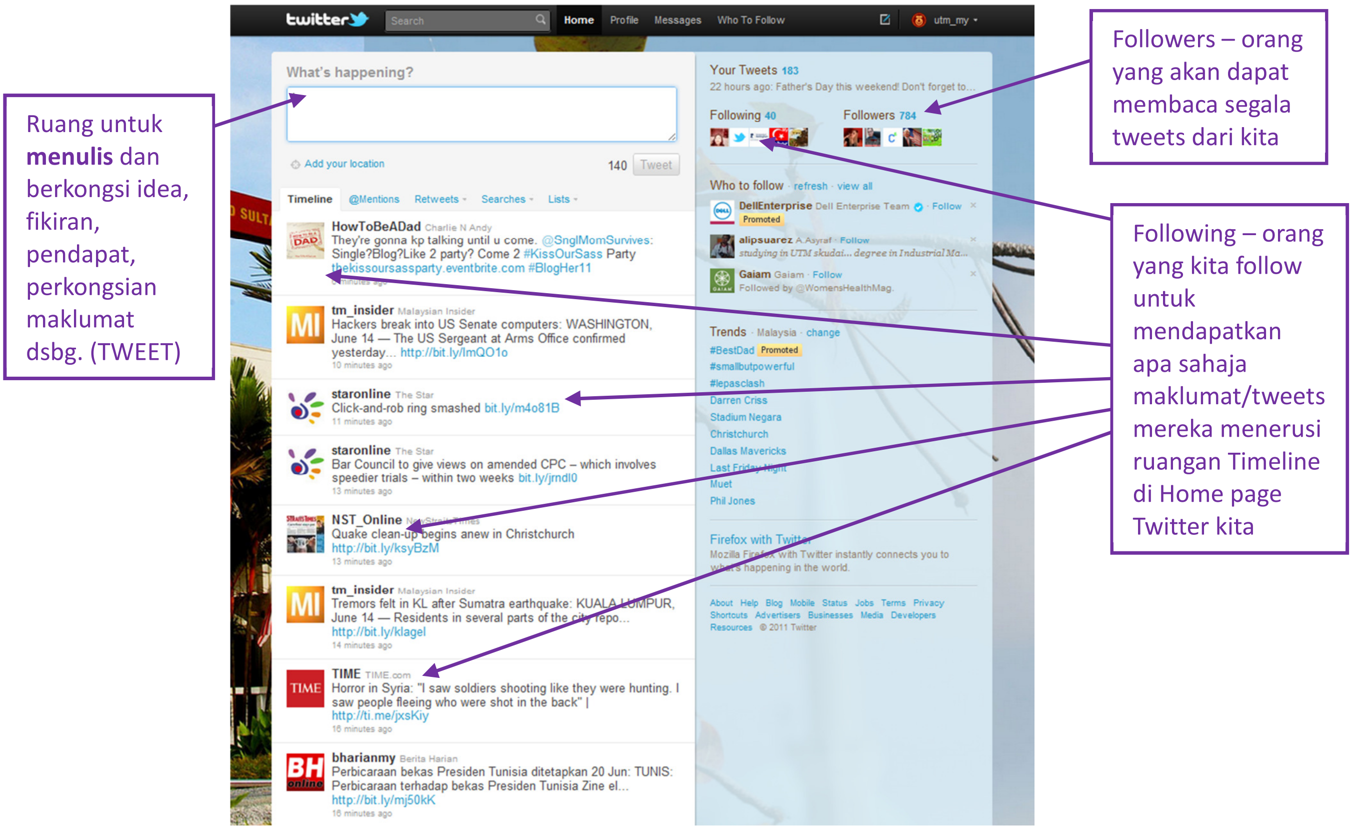
Twitter merupakan sejenis media yang dikategorikan sebagai microblog. Penggunaan Twitter adalah amat ringkas, cepat dan mudah.

Cirinya yang amat ringkas dan turut membantu pengguna dalam perkongsian maklumat, berita dan perhubungan menempatkan Twitter sebagai satu-satunya microblog yang menjadi pilihan pengguna dunia.

Twitter membolehkan pengguna untuk menghantar dan membaca mesej sebagai tweets.

Pengguna Twitter kebanyakannya menggunakan Twitter kerana ia mudah digunakan khususnya menggunakan mobile devices seperti telefon pintar (smartphone) seperti BlackBerry, iPhone, iPod dan sebagainya.

Tweets adalah text-based post, iaitu pesanan kita sendiri seperti menulis mesej sehingga 140 patah perkataan dan dipaparkan didepan muka profail seterusnya dihantar secara automatik kepada semua rangkaian yang telah dihubungkan kepada anda(author's subcribers) yang dikenali sebagai follower.



Cara mengumpulkan (group) di Twitter

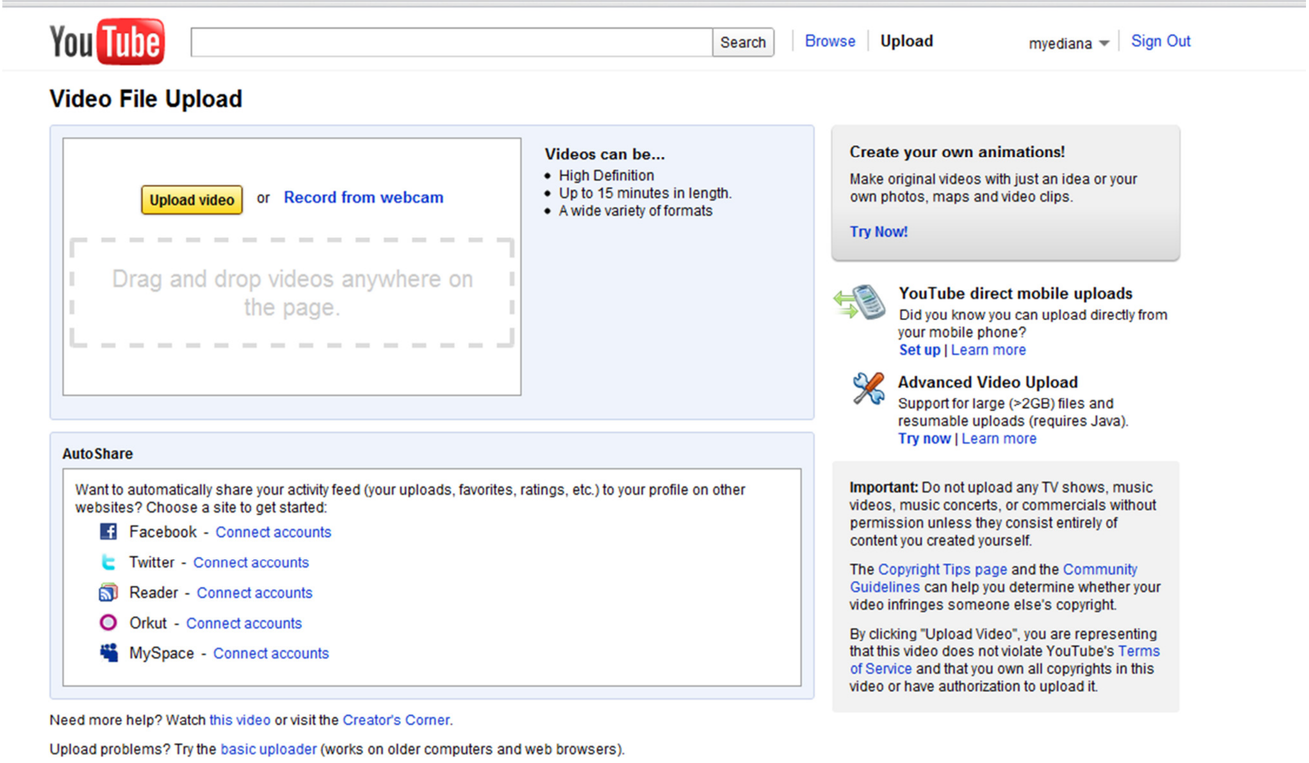
Twitter memiliki feature baru, yang diberi nama “List”, dimana pengguna boleh menyenaraikan dan mengumpulkan orang/akaun yang di follow dalam sebuah group/daftar. List yang dibuat boleh dilihat oleh public dan juga boleh disetkan sebagai private.

Caranya adalah, klik “Create list”, dan anda akan dibenarkan mencari Following atau Followers mana yang akan di masukkan dalam daftar List baru anda tersebut. Selepas itu, anda akan mendapat alamat group list tersebut contohnya twitter.com/username/kampus.

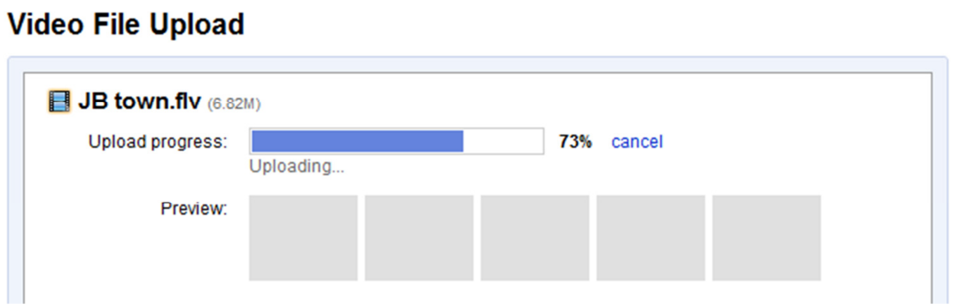
YouTube

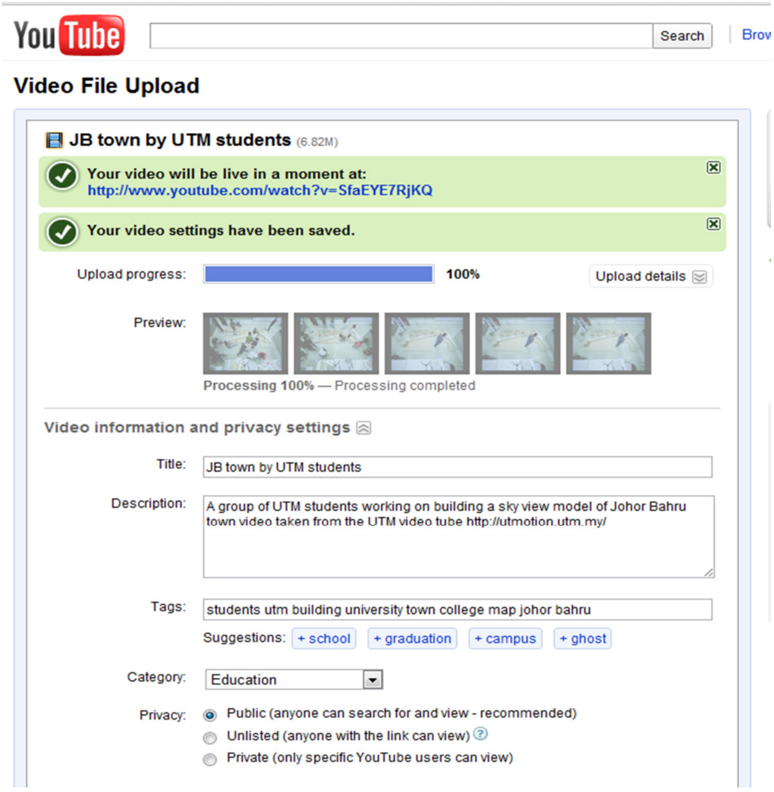
YouTube adalah media untuk upload video secara percuma dari file anda dan untuk di share secara online. YouTube sangat sesuai bagi pengguna yang ingin mencari maklumat tanpa perlu membaca artikel kerana kebanyakan YouTube di videokan dalam bentuk lisan oleh authornya.

Seperti fungsi search engine, pencarian di YouTube akan muncul list sejumlah video YouTube berkaitan dengan keyword yang digunakan dalam pencarian tersebut. Dari hasil pencarian akan disertakan juga top rated, most viewed dan most recent di halaman muka YouTube dan juga jumlah video yang berkaitan dengan kata kunci pencarian.



Cara upload video ke YouTube adalah mudah menggunakan komputer dan lebih mudah menggunakan mobile devices. Video terhad kepada 15 minit sahaja dan sekiranya anda mempunyai video yang lebih panjang, anda digalakkan untuk upload sebahagian ke YouTube sebagai medium pengiklanan dan letakkan link ke laman web anda bagi pengguna menonton keseluruhan video.

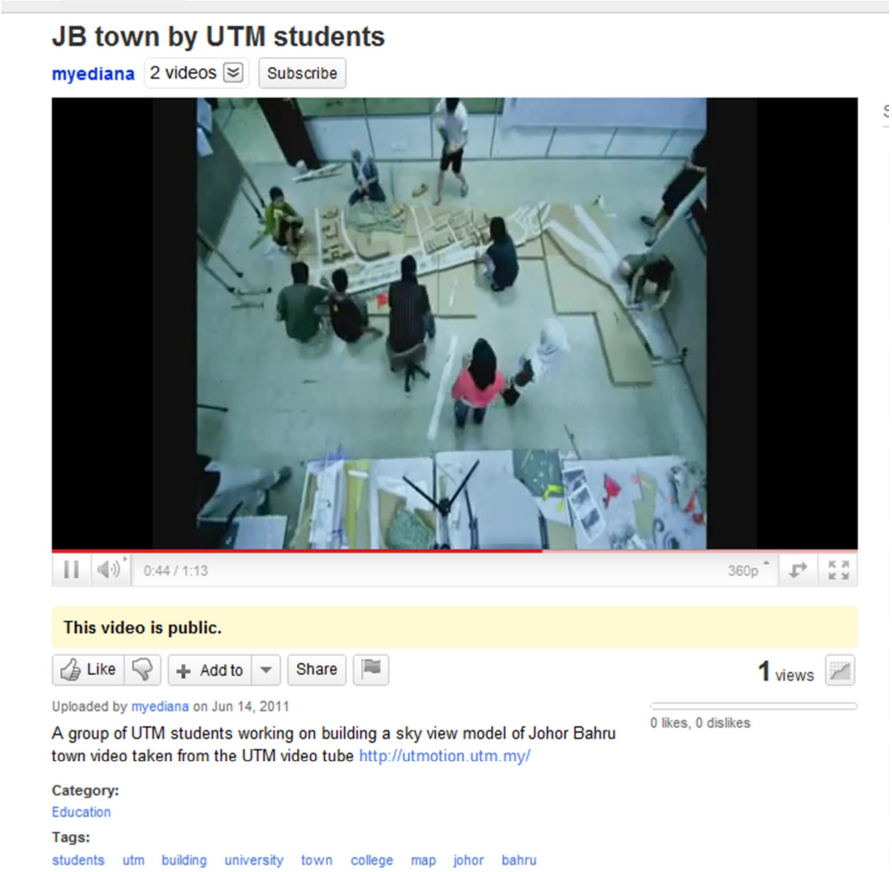




Setelah memilih fail video dan klik Upload, fail akan terus diupload ke server YouTube. Setelah itu anda akan diberi ruang untuk meletakkan maklumat terperinci mengenai video tersebut termasuk Title, Description, Tags dan Category.

Bagi video yang dimiliki oleh organisasi, cara terbaik ialah meletakkan link URL ke laman web rasmi organisasi atau jabatan bersama pada ruang Description.

Klik save dan Video yang telah diupload boleh terus di tonton oleh pengguna YouTube berdasarkan Privacy setting yang telah disetkan



Krisis dan risiko penggunaan media sosial

Kewujudan dan penggunaan media sosial telah menyebabkan komunikasi dan penyebaran maklumat berlaku dengan pantas dan lebih mudah. Sekiranya wujud sebarang krisis seperti khabar angin, aduan, penyebaran maklumat sulit dan fitnah, proses tindakan dan pengurusan risiko perlu dilaksanakan dengan segera.

Pengurusan risiko dengan pantas memerlukan keputusan yang terbaik dibuat dalam masa yang singkat. Sebarang keputusan dalam mengatasi krisis tidak boleh dilakukan dengan cara biasa yang memakan masa kerana kelewatan mengambil tindakan boleh menyebabkan impak negatif kepada reputasi jabatan dan universiti.

Berikut adalah perkara yang perlu dilaksanakan dalam pengurusan risiko dan krisis dalam media sosial:

1. **Kumpulan krisis (crisis team)**
   Kumpulan krisis perlu terdiri daripada pegawai yang bertanggungjawab ke atas pengesahan maklumat di sesebuah jabatan serta admin kepada saluran media sosial yang dilantik di setiap jabatan.
   Cth: *Pegawai Tadbir / Timbalan Pendaftar / Penolong Pendaftar / Pegawai Perhubungan*
2. **Penyampaian maklumat yang jelas**
   Mesej atau maklumbalas kepada pengguna media sosial atau audien yang terlibat dalam krisis perlu disediakan (deraf) terlebih dahulu menunjukkan komitmen dalam isu yang ditimbulkan menggunakan bahasa yang jelas dan ringkas.
3. **Rangkaian (network) antara pegawai bertanggungjawab**
   Kumpulan krisis perlu berkebolehan untuk mengenalpasti dan menghubungi pihak yang sepatutnya samada pihak jabatan yang terlibat mahupun audien yang menimbulkan isu dan krisis.
4. **Senarai pihak bertanggungjawab**
   Setiap jabatan di universiti perlu mempunyai senarai pihak yang bertanggungjawab bagi menjawab setiap isu, permasalahan dan persoalan yang diajukan/ditimbulkan oleh pengguna awam (audien) media sosial.

Social media crisis response checklist

1) Take action immediately.
2) Use the same media your audiences use.
3) Respond appropriately (it can be one-on-one, or a mass communication approach).
4) Be open and transparent when you respond.
5) Stay positive. Don’t engage in a negative way.
6) Be flexible. Sometimes crisis response tactics don’t work out the way you want them to.
7) But don’t give up: your reputation is at stake.

(Source: www.mediavantage.com)