



KERAJAAN MALAYSIA

**Tatacara Perolehan Perkhidmatan Penyiaran
Pengiklanan Melalui Media Cetak
(Slot Iklan - *Advertisement Space*) dan
Media Elektronik (Slot Masa - *Air Time*)**

PERBENDAHARAAN MALAYSIA

KANDUNGAN

PENGECUALIAN DARIPADA TATACARA PEROLEHAN KERAJAAN.....2

PK 7.15 Tatacara Perolehan Perkhidmatan Penyiaran Pengiklanan Melalui Media Cetak (Slot Iklan - *Advertisement Space*) dan Media Elektronik (Slot Masa-*Air Time*)..2

- 1. Perolehan Perkhidmatan Penyiaran Pengiklanan Melalui Media Cetak (Slot Iklan - *Advertisement Space*) dan Media Elektronik (Slot Masa - *Air Time*)...2**
- 2. Kaedah Dan Had Nilai Perolehan.....3**

PENGECUALIAN DARIPADA TATACARA PEROLEHAN KERAJAAN**PK 7.15 Tatacara Perolehan Perkhidmatan Penyiaran Pengiklanan Melalui Media Cetak (Slot Iklan - *Advertisement Space*) dan Media Elektronik (Slot Masa - *Air Time*)****1. Perolehan Perkhidmatan Penyiaran Pengiklanan Melalui Media Cetak (Slot Iklan - *Advertisement Space*) dan Media Elektronik (Slot Masa - *Air Time*)**

Pada ketika ini, perolehan perkhidmatan penyiaran pengiklanan perlu dilaksanakan oleh Agensi mengikut tatacara perolehan semasa yang berkuat kuasa. Walaubagaimanapun Agensi sering mengemukakan permohonan kepada Kementerian Kewangan untuk pengecualian daripada tatacara perolehan semasa kerana satu punca bekalan dan Agensi telah mengenalpasti kumpulan sasar yang berbeza.

Selaras dengan langkah transformasi untuk mempertingkatkan sistem penyampaian perkhidmatan, Kementerian Kewangan bersetuju untuk membuat penambahbaikan ke atas tatacara perolehan bagi perkhidmatan penyiaran pengiklanan melalui media cetak dan media elektronik.

Perkhidmatan penyiaran pengiklanan adalah merujuk kepada slot iklan (*advertisement space*) di media cetak dan slot masa (*air time*) di media elektronik. Walau bagaimanapun, Agensi hendaklah melaksanakan perolehan membuat iklan (perekaan dan penulisan) melalui agensi pengiklanan mengikut tatacara perolehan semasa yang berkuat kuasa.

Takrifan :

- 1.1 Media Cetak bermaksud alat atau saluran komunikasi yang berupa bahan cetakan atau terbitan seperti surat khabar, majalah, jurnal, sisipan akhbar yang dapat menyampaikan maklumat kepada orang ramai dengan cepat dalam masa yang singkat.
- 1.2 Media Elektronik bermaksud alat atau saluran komunikasi yang berupa atau yang menggunakan alat-alat elektronik seperti radio, televisyen yang dapat menyampaikan maklumat kepada orang ramai dengan cepat dalam masa yang singkat.
- 1.3 Media lain yang dikenalpasti dari semasa ke semasa seperti papan iklan luar (*billboard*), papan iklan luar elektronik (*billboard* elektronik), media sosial berbayar dan lain-lain yang dapat menyampaikan maklumat kepada orang ramai dengan cepat dalam masa yang singkat.

2. Kaedah Dan Had Nilai Perolehan

2.1. Agensi adalah dibenarkan untuk melaksanakan perolehan perkhidmatan penyiaran pengiklanan secara rundingan terus tanpa had nilai melalui pemilik media dan diputuskan oleh Pihak Berkuasa Melulus mengikut had nilai yang ditetapkan seperti berikut:

2.1.1 Had Nilai Perolehan Dan Pihak Berkuasa Melulus

Bil.	Had Nilai Perolehan (Bagi Setiap Perkhidmatan)	Pihak Berkuasa Melulus	Tanggungjawab
1.	Sehingga RM50,000	Pegawai Pengawal/ Pegawai yang diturunkan kuasa oleh Pegawai Pengawal	Memastikan semua urusan berkaitan pelantikan pemilik media mematuhi dasar dan prinsip-prinsip perolehan Kerajaan serta amalan tadbir urus baik
2.	Melebihi RM50,000 sehingga RM500,000	Jawatankuasa Sebut Harga	
3.	Melebihi RM500,000	Lembaga Perolehan Agensi	

2.1.2 Syarat-Syarat

2.1.2.1 Peruntukan kewangan telah diluluskan dan mencukupi;

2.1.2.2 Pelantikan dibuat di kalangan pemilik media yang berdaftar dengan Kementerian Kewangan dalam kod bidang 222001 (media elektronik - tidak termasuk kerja percetakan), 222002 (media cetak - tidak termasuk kerja percetakan); dan

2.1.2.3 Kadar harga perkhidmatan slot masa siaran hendaklah dipamerkan di laman *website* dan boleh diakses oleh orang awam bagi media elektronik.

2.1.3 Jawatankuasa Penilaian

2.1.3.1 Agensi hendaklah menubuhkan satu Jawatankuasa Penilaian dengan keahlian terdiri daripada tiga (3) orang, iaitu seorang pengerusi dan dua (2) orang ahli, di mana sekurang-kurangnya seorang daripadanya hendaklah terdiri daripada pegawai Kumpulan Pengurusan dan Profesional atau setaraf. Pelantikan hendaklah dibuat

secara bertulis oleh Pegawai Pengawal/Ketua Jabatan.

2.1.3.2 Tanggungjawab Jawatankuasa Penilaian adalah seperti berikut:

- (a) Memastikan syarat-syarat yang dinyatakan di atas dipatuhi;
- (b) Memastikan skop perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat memenuhi keperluan Agensi;
- (c) Memastikan harga yang ditawarkan adalah munasabah, paling menguntungkan serta bersesuaian dengan skop perkhidmatan yang diperlukan. Perbandingan antara satu tawaran dengan tawaran yang lain hendaklah dibuat berasaskan kepada faktor atau unsur yang sama (*equal footing*);
- (d) Memilih media dan medium yang bersesuaian supaya dapat memberi impak maksimum kepada kumpulan sasar bagi mencapai objektif pengiklanan berdasarkan data kepopularan (*rating*) penggunaan pemilik media yang sah;
- (e) Menilai kemampuan syarikat dengan mengambil kira faktor seperti kewangan dan teknikal dan lain-lain kriteria yang ditetapkan oleh Agensi;
- (f) Memperakukan kepada Pihak Berkuasa Melulus, pemilik media yang layak berdasarkan tawaran yang terbaik dari segi harga dan kualiti mengikut keperluan Agensi; dan
- (g) Sebarang pengurangan kadar harga yang dipamer atau ditawarkan oleh pemilik media adalah dibenarkan sebagai penjimatan kepada Kerajaan selaras dengan prinsip nilai faedah terbaik. Perkara ini hendaklah diminitkan oleh Jawatankuasa Penilaian.

2.1.4 Tatacara Perolehan Slot Masa Siaran Iklan Radio Dan Televisyen RTM

2.1.4.1 Bagi perolehan slot masa siaran iklan radio dan televisyen RTM, Agensi hendaklah melaksanakan perolehan tersebut secara pembelian terus tanpa had nilai menerusi Bahagian Pemasaran dan Promosi RTM, Jabatan Penyiaran Kementerian Komunikasi dan

Multimedia.

2.1.5 Tanggungjawab Pegawai Pengawal

2.1.5.1 Pegawai Pengawal adalah bertanggungjawab sepenuhnya ke atas perkara-perkara berikut dipatuhi:

- (a) Menentukan pelaksanaan perolehan perkhidmatan penyiaran pengiklanan melalui media cetak dan media elektronik mematuhi sepenuhnya semua peraturan dan tatacara kewangan semasa yang berkuat kuasa;
- (b) Memastikan peruntukan telah diluluskan dan mencukupi sebelum sesuatu perolehan itu dilaksanakan;
- (c) Memastikan harga bagi perkhidmatan yang diperoleh adalah munasabah, paling menguntungkan, berkualiti serta bersesuaian dengan keperluan;
- (d) Mengamalkan perbelanjaan berhemat bagi memastikan aktiviti penyiaran pengiklanan dihadkan kepada yang benar-benar perlu sahaja dan dibuat pada tahap yang sederhana dan tidak melibatkan perbelanjaan yang besar serta membazir;
- (e) Memastikan syarikat yang dilantik mematuhi obligasi kontrak, mutu dan skop perkhidmatan yang ditetapkan;
- (f) Memastikan keberkesanan pelaksanaan penyiaran pengiklanan oleh Pusat Tanggungjawab di bawah kawalannya diadakan bersesuaian dengan kumpulan sasaran yang dikenal pasti serta memastikan tujuan penyiaran pengiklanan memenuhi impak yang hendak yang dicapai; dan
- (g) Mengambil tindakan selaras dengan Arahan Perbendaharaan 59 sekiranya pegawai-pegawai yang menguruskan perolehan gagal mematuhi peraturan semasa yang ditetapkan.

2.1.6 Kawalan Dan Pemantauan

2.1.6.1 Unit Audit Dalam Agensi adalah dikehendaki memantau pelaksanaan perolehan yang dilakukan agar mematuhi peraturan dan prosedur perolehan semasa yang berkuat kuasa.