

2015



LAPORAN TAHUNAN



FORUM PENGGUNA KOMUNIKASI
DAN MULTIMEDIA MALAYSIA



TEMA LAPORAN TAHUNAN 2015

Fillo merupakan maskot CFM yang diperkenalkan pada tahun 2015. Maskot tersebut telah dipilih untuk menjadi tema utama Laporan Tahunan CFM Tahun 2015 sebagai salah satu cara untuk memperkenalkan imej baru CFM pada tahun 2015, iaitu sebagai sebuah forum yang ramah, mesra, dan lebih menarik.

Untuk mewujudkan konsep yang konsisten bagi imej baru CFM, sebahagian besar daripada konsep ini digambarkan dalam bentuk doodle sebagai adaptasi sifat reka bentuk Fillo yang juga digambarkan dalam bentuk doodle.

Pelbagai ikon doodle yang juga telah digambarkan bersama-sama dengan 4 warna utama CFM bukan sahaja menarik perhatian, tetapi juga memainkan peranan lain dengan merapatkan CFM kepada pengguna-pengguna melalui ikon-ikon yang mudah dikenali.

MASKOT CFM 2015

2015 merupakan tahun di mana CFM memperkenalkan maskotnya yang diinspirasi daripada haiwan yang dilihat sebagai teguh dan mempunyai ingatan yang kuat tetapi mudah mesra, iaitu "Gajah".

Sebelum pelancaran maskot diadakan, CFM telah menganjurkan peraduan menamakan maskot CFM yang bertajuk "Name the CFM Mascot and Win" melalui laman Facebook rasmi CFM, iaitu consumer.forum.malaysia. CFM yakin bahawa kehadiran maskot ini dapat membantu menyampaikan mesej kesedaran kepada golongan sasaran dengan cara yang lebih menarik dan menghiburkan.

En. Abdul Matin Abdul Rahim, seorang pengguna laman sosial Facebook dari Kuala Lumpur telah dipilih sebagai pemenang utama peraduan "Name the CFM Mascot and Win" dengan nama pilihan beliau, iaitu Fillo.

Menurut En. Abdul Matin, nama tersebut diilhamkan daripada perkataan Arab, 'Al-Fil' yang bermaksud gajah. Hasil kreativiti En. Abdul Matin telah memenangi beliau sebuah hadiah berupa telefon pintar iPhone 6 yang ditaja oleh Maxis Mobile Services Sdn Bhd.

Nama saya
Fillo!



MENGENAI CFM

CFM telah ditubuhkan pada bulan Februari 2001 sebagai sebuah pertubuhan yang diwakili oleh semua pihak yang berkaitan, termasuk bahagian 'pembekal dan permintaan' dalam industri komunikasi dan multimedia. Ia telah ditetapkan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC) sebagai Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia pada tahun 2002 bagi melindungi hak-hak pengguna dalam sektor tersebut. Forum ini adalah selaras dengan kehendak Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 (Akta 588) yang bertujuan untuk memudahkan sistem kawal selia-kendiri industri Komunikasi dan Multimedia.

Sebagai sebuah forum yang ditetapkan khas, CFM ditugaskan antara lain, adalah untuk menyediakan Kod Pengguna yang akan digunakan sebagai garis panduan asas untuk penyediaan perkhidmatan oleh pembekal perkhidmatan komunikasi dan multimedia. Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC) telah diterima oleh MCMC sebagai Kod Industri pada tahun 2002, bersama-sama dengan Kod Akses Internet. CFM akan menyemak dan mengemaskini Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC) setiap tiga tahun. Sila layari laman web kami untuk memuat turun; atau hantarkan permohonan kepada kami di enquiries@cfm.my untuk mendapatkan salinan.

BERIKUT ADALAH FUNGSI UTAMA CFM:



PENGGUBALAN KOD

Menggubal, membangun, menyediakan, meminda, mengubahsuai, menyemak dan mengemaskini Kod.



PENDIDIKAN DAN PROMOSI

Untuk mempromosikan objektif dan menganjurkan aktiviti CFM serta menyediakan saluran untuk penyebaran maklumat dan pendidikan awam mengenai hak kepenggunaan.



PERUNDANGAN

Untuk menasihati Ahli Majlis mengenai keperluan dan pertimbangan undang-undang.



KEAHLIAN

Untuk menyenaraikan dan mengemaskini maklumat keahlian CFM.



PENGENDALIAN ADUAN

Untuk menyediakan saluran bagi aduan yang berkaitan dengan hal ehwal pengguna. Untuk menyediakan prosedur dalam menangani aduan dan konflik serta memberikan cadangan bagi menyelesaikan aduan tersebut.



PEMATUHAN DAN PEMANTAUAN

Untuk meningkatkan kesedaran mengenai Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC) di kalangan pembekal perkhidmatan, bagi menggalakkan penggunaan Kod GCC dalam prosedur, amalan dan polisi oleh para pembekal perkhidmatan. Ini adalah bagi memastikan tahap pematuhan Kod GCC yang tinggi dan bagi menyediakan industri untuk mengawal selia-kendiri.



INFORMASI KORPORAT

JURUAUDIT

Shanker & Co Chartered Accountants (AF1881)
25-1 Jalan USJ 16/1E, Taipan USJ,
47620 Subang Jaya, Selangor, Malaysia
Tel: 603-80814345

PENDAFTAR

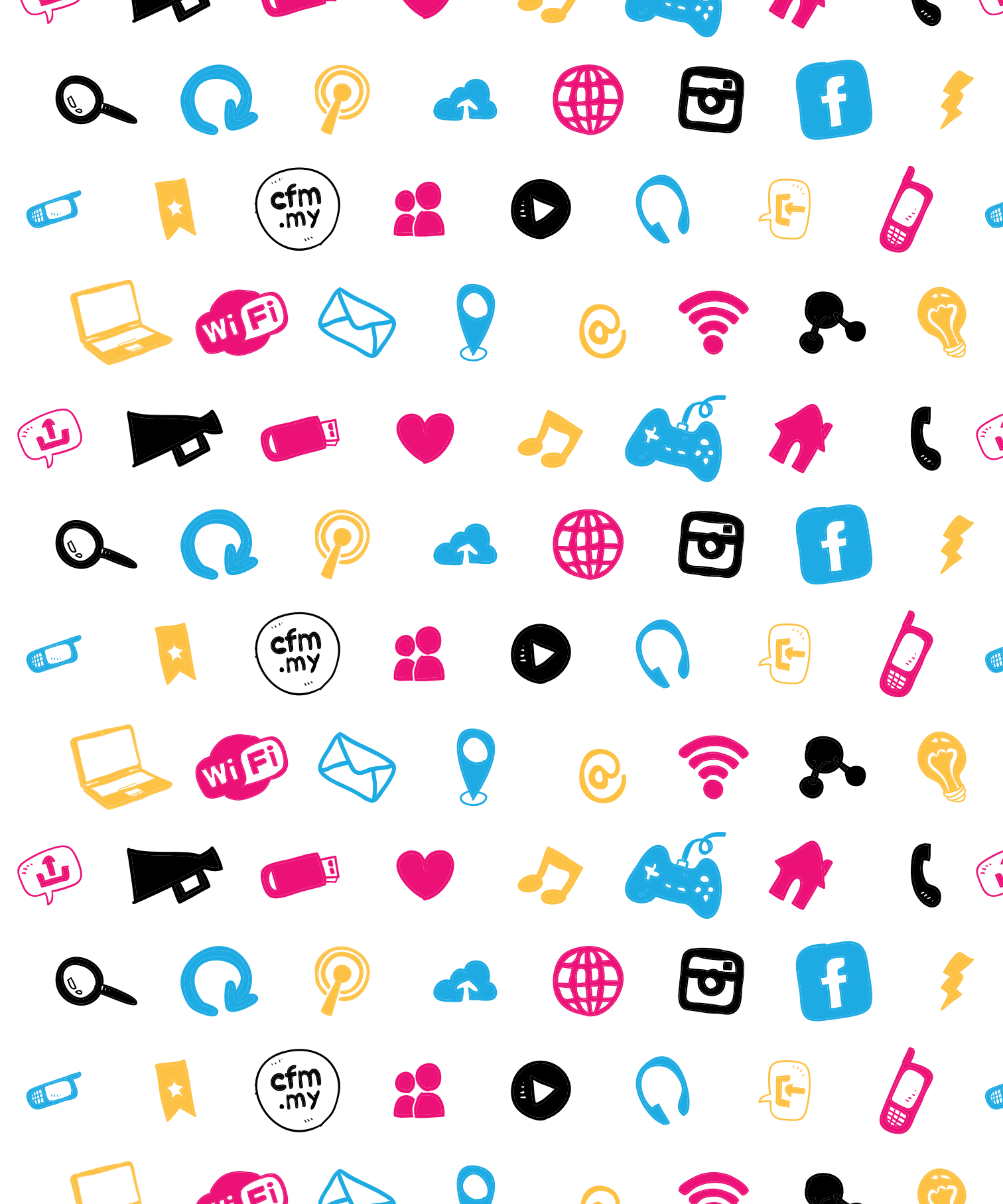
Pendaftar Pertubuhan Malaysia
Didaftarkan pada 13 Februari 2001
Nombor pendaftaran: PPM-011-14-13022001

PEJABAT BERDAFTAR

Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia Malaysia (CFM)
Bangunan Lama Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC)
Jalan Impact, Off Persiaran Multimedia, 63000 Cyberjaya
Selangor Darul Ehsan

JURUBANK

Bank Muamalat Malaysia Berhad
CIMB Bank Berhad



INFORMASI KORPORAT

1-26

1	Maskot CFM 2015
2	Mengenai CFM
3	Informasi Korporat
6	Sekapur Sirih dari Pengerusi
8	Struktur Lembaga Ahli Majlis CFM
10	Ahli Majlis 2015 / 2017
16	Laporan Jawatankuasa Keahlian
18	Ahli-ahli CFM 2015
20	Ulasan Operasi Pengarah Eksekutif
22	Struktur Organisasi
24	Sekretariat CFM
26	Pencapaian CFM

29	Jawatankuasa Kerja CCMD 2015
30	Ringkasan Eksekutif CCMD
31	Statistik Aduan Tahun 2015
46	Aktiviti CCMD pada 2015
49	Melangkah ke Tahun 2016
50	Sekretariat CCMD

JABATAN PENGURUSAN ADUAN DAN PEMATUHAN (CCMD)

29-50

JABATAN KORPORAT DAN KOD (CDMD)

55-64

55	Jawatankuasa Kerja CDMD 2015
60	Ringkasan Eksekutif CDMD
61	Jawatankuasa Kerja Penggubalan Kod 2015
62	Aktiviti Penggubalan Kod
63	Melangkah ke Tahun 2016
64	Sekretariat CDMD

67	Jawatankuasa Kerja CPRD 2015
68	Ringkasan Eksekutif CPRD
71	Laporan Aktiviti CPRD
73	Liputan Media CFM 2015
90	Penerbitan CFM
92	Laporan Media Sosial 2015
102	Aktiviti-aktiviti di Laman Media Sosial CFM
104	Kesimpulan
105	Laporan Portal CFM
106	cfm.my
108	infokonsumer.my
111	Melangkah ke Tahun 2016
113	Sekretariat CPRD

JABATAN KOMUNIKASI DAN PERHUBUNGAN AWAM (CPRD)

67-121

117	Bahan Promosi
121	Aktiviti CFM

A portrait of Megat Ishak Maamunor Rashid, a middle-aged man with grey hair, glasses, and a goatee, smiling with his arms crossed. He is wearing a light blue shirt and a grey blazer. The background is a large yellow circle, with a smaller pink circle partially visible in the top left corner.

Megat Ishak Maamunor Rashid

Pengerusi
Forum Pengguna Komunikasi
dan Multimedia Malaysia
(CFM)

SEKAPUR SIRIH DARI Pengerusi



Assalamualaikum W.B.T

Salam Sejahtera,

Mewakili pihak Ahli Lembaga Majlis CFM, saya dengan sukacitanya ingin membentangkan Laporan Tahunan CFM 2015. Tanpa disedari, CFM telah berdiri megah selama 14 tahun sejak penubuhannya pada Februari 2001. Dengan berpegang pada prinsip "YOUR RIGHTS, OUR PRIORITY", CFM telah mencapai objektif utama iaitu: untuk melindungi hak-hak pengguna di dalam perkhidmatan Komunikasi dan Multimedia di Malaysia.

Menyingkap tirai yang telah pun berlabuh pada 2015, tahun lepas merupakan tahun penjenamaan semula, di mana kami lebih memfokuskan kepada pematuhan serta kualiti perkhidmatan dalam menyelesaikan aduan masalah yang diterima. CFM telah menerima sejumlah 7,326 aduan sejak Januari 2015 hingga Disember 2015 dari seluruh Malaysia, yang merupakan peningkatan sebanyak 6.11% dari 6,904 aduan yang dibuat dengan CFM bagi tahun 2014. Daripada 7,326 aduan, lebih 97% aduan yang telah diselesaikan oleh CFM dan kurang daripada 3% sahaja yang masih di dalam siasatan. Pencapaian ini patut dibanggakan oleh kita semua kerana CFM dapat menyelesaikan 90% daripada jumlah aduan yang diterima pada tahun 2015 dalam tempoh 30 hari. Ia merupakan peningkatan 7% berbanding hanya 83% yang dicatatkan pada tahun 2014.

CFM bekerjasama dengan pelbagai penyedia perkhidmatan (SP) untuk memastikan semua baki kes yang belum ditutup akan dapat diselesaikan sebagai mana yang tertakluk pada Kod Amalan Am Pengguna Komunikasi dan Multimedia (GCC). Selain itu, CFM berjaya mengenal pasti isu – isu yang berkaitan dengan masalah liputan yang melibatkan beberapa Penyedia Perkhidmatan (SP) dari aduan yang diterima, justeru mengakibatkan pengeluaran sembilan (9) surat meminta penjelasan mengenai kawasan yang mempunyai isu masalah liputan.

Tahun 2015 juga mencatatkan sejarah di mana maskot pertama CFM yang bernama "Fillo" telah dilancarkan pada Julai 2015, sempena Sambutan Rumah Terbuka CFM dan Pelancaran Logo terbaru CFM. Melihat kepada aspek kempen kesedaran serta promosi, CFM secara agresif menggunakan maskot, Fillo untuk mendekati orang ramai. Nama Fillo telah dipilih dari peraduan #nametheMascot yang diadakan melalui laman media sosial Facebook CFM. Kami amat bersyukur di atas respon dan sambutan hangat yang diterima daripada orang ramai terhadap Fillo. Secara tidak langsung, Fillo menjadikan CFM lebih mesra pengguna dan membawa

kepada peningkatan pengikut di media sosial serta bilangan aduan daripada masyarakat. Ini dibuktikan dengan statistik media sosial utama (Facebook) telah meningkat pengikutnya sebanyak 267% dari 4,543 pada 2014 ke 16,670 pada 2015.

Selain itu, liputan media mengenai CFM juga telah meningkat lebih 1,000% berbanding dengan tahun sebelumnya. Kami menyedari bahawa platform konvensional seperti TV, Radio dan akhbar masih menjadi saluran yang terbaik untuk menyebarkan maklumat kami kepada para pengguna. Jika hendak dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terdapat 17 liputan media sahaja pada tahun 2014 dan ini menunjukkan peningkatan sebanyak 1,111% dengan 206 adalah liputan media dan 8 darinya adalah media penampilan dalam TV dan temu bual radio. Peningkatan ini juga disebabkan oleh kenyataan media mengenai pelaksanaan GST yang diimplimentasikan di dalam Perkhidmatan Prabayar Telefon Mudah Alih oleh pihak kerajaan.

Salah satu inisiatif CFM untuk menyebarkan maklumat komunikasi dan multimedia ialah melalui penerbitan buletin suku tahunan, "SHOUT!", yang diterbitkan dan diedarkan sebanyak 32,000 naskhah di seluruh negara untuk meningkatkan pengetahuan pengguna mengenai isu-isu semasa berkaitan industri komunikasi dan multimedia. "SHOUT!" diedarkan di beberapa kawasan terpilih di seluruh Malaysia yang disisipkan di dalam surat khabar yang menjadi pilihan utama pembaca. Penerbitan ini juga boleh didapati di dalam talian dan boleh dimuat turun secara percuma.

Aktiviti kemuncak untuk tahun ini ialah "CFM 12 Hour Doodle Marathon" (CFM Doodle Maraton 12 Jam) sempena meraikan Hari Telekomunikasi dan Masyarakat Berinformasi Sedunia (WTISD) dibawah naungan Kementerian Komunikasi Dan Multimedia Malaysia (KKMM) dan Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC). Tambahan pula, Sesi Perkongsian Ilmu Bersama Industri telah dianjurkan secara berterusan di Sabah dan Sarawak untuk mendidik orang awam serta Badan Bukan Kerajaan mengenai peranan dan fungsi CFM serta isu-isu yang memberi kesan kepada pengguna.

Sekian, terima kasih.

STRUKTUR LEMBAGA AHLI MAJLIS CFM



PEMEGANG JAWATAN

PENGERUSI

TUNE TALK SDN BHD
(TUNE TALK)

TIMBALAN PENGERUSI

PERSATUAN PENGGUNA KEDAH
(CAKE)

BENDAHARI

PERTUBUHAN PEMBIMBING KEWANGAN
PENGGUNA DAN KELUARGA MALAYSIA
(KPM)

SETIAUSAHA

MAXIS MOBILE SERVICES SDN BHD
(MAXIS)

AHLI-AHLI MAJLIS CFM

PERSATUAN PENGGUNA PULAU PINANG
(CAP)

CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)

ALTEL COMMUNICATIONS SDN BHD
(ALTEL)

DIGI TELECOMMUNICATIONS SDN BHD
(Digi)

PERSATUAN EKONOMI PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(MACFEA)

MEASAT BROADCAST
NETWORK SYSTEMS SDN BHD
(ASTRO)

PERSATUAN PENGGUNA DAERAH
KUALA TERENGGANU
(PPDKT)

MEDIA PRIMA BERHAD

PERSATUAN KESELAMATAN PENGGUNA
KUALA LUMPUR
(PKPKL)

Dalam menyokong Fungsi Operasi Forum, Jawatankuasa Kerja ditubuhkan untuk mengetuai dan menentukan halatuju Sekretariat dalam semua perkara Operasi. Ketua Jawatankuasa kerja terdiri daripada ahli-ahli Lembaga Majlis:

JAWATANKUASA KERJA

JAWATANKUASA
KORPORAT DAN
PENGURUSAN KOD

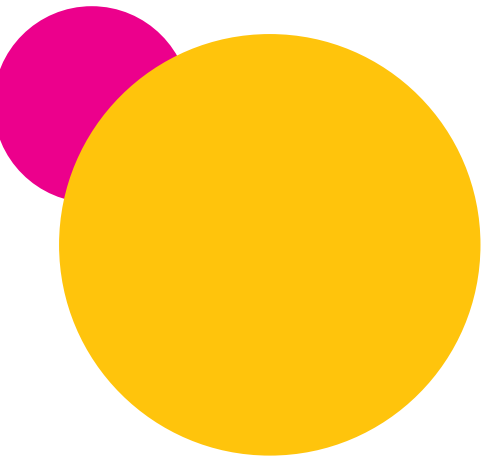
JAWATANKUASA
PENGURUSAN ADUAN
DAN PEMATUHAN

JAWATANKUASA
KOMUNIKASI DAN
PERHUBUNGAN AWAM

DIKETUAI OLEH
MAXIS MOBILE SERVICES
SDN BHD
(MAXIS)

DIKETUAI OLEH
PERSATUAN PENGGUNA
PULAU PINANG
(CAP)

DIKETUAI OLEH
TUNE TALK
SDN BHD
(TUNE TALK)



AHLI MAJLIS 2015/2017



Pengerusi
**Megat Ishak
Maamunor Rashid**

Tune Talk Sdn Bhd
(TUNE TALK)



Timbalan Pengerusi
**Mohamad Yusrizal
Dato' Yusoff**

Persatuan Pengguna Kedah
(CAKE)

Setiausaha
**Mahfuzah
Azahari**

Maxis Mobile Services
Sdn Bhd
(MAXIS)



Bendahari
**Abdul Rahman
Samad**

Pertubuhan Pembimbing
Kewangan Pengguna dan
Keluarga Malaysia
(KPM)



A portrait of Roslan Rosli, a man with glasses and a white shirt, standing with his arms crossed. He is wearing a white shirt with a 'cfm' logo on the left chest. The background is a large yellow circle with a pink circle partially visible behind it. A blue circle is overlaid on the top right of the image, containing text.

Ahli Majlis
Roslan Rosli

Digi Telecommunications
Sdn Bhd
(Digi)

A portrait of Datin Norhanizar Shafie, a woman wearing a purple hijab and a white shirt, standing with her arms crossed. She is wearing a white shirt with a 'cfm' logo on the left chest. The background is a large yellow circle with a pink circle partially visible behind it. A blue circle is overlaid on the bottom right of the image, containing text.

Ahli Majlis
**Datin Norhanizar
Shafie**

Media Prima Berhad

A portrait of a woman wearing an orange hijab and a purple patterned dress, standing against a yellow circular background. The text is overlaid on a blue circle to her right.

Ahli Majlis

**Dr. Elistina
Abu Bakar**

Persatuan Ekonomi Pengguna
dan Keluarga Malaysia
(MACFEA)

A portrait of a man with a mustache, wearing a blue polo shirt with pink accents and grey trousers, standing with his arms crossed against a yellow circular background. The text is overlaid on a blue circle to his left.

Ahli Majlis

**Samsudin
Mohamad Fauzi**

Persatuan Keselamatan Pengguna
Kuala Lumpur
(PKPKL)



Ahli Majlis
Ravinder Singh

Persatuan Pengguna
Pulau Pinang
(CAP)

Ahli Majlis
**Azizan Mohd
Afandi**

Altel Communications
Sdn Bhd
(ALTEL)

Ahli Majlis
**Azlinda Zainal
Abidin**

Measat Broadcast
Network Systems Sdn Bhd
(ASTRO)

A portrait of Hairunnisa Nasir, a woman wearing a pink and floral hijab and a dark blue blazer, standing against a yellow circular background. The text is overlaid on a blue circle to her right.

Ahli Majlis
Hairunnisa Nasir

Celcom Axiata Berhad
(CELCOM)

A portrait of Khairuddin Ismail, a man with a goatee wearing a dark blue jacket over a light blue shirt, standing against a yellow circular background. The text is overlaid on a blue circle to his left.

Ahli Majlis
Khairuddin Ismail

Persatuan Pengguna Daerah
Kuala Terengganu
(PPDKT)

LAPORAN JAWATANKUASA KEAHLIAN

PENGENALAN

Salah satu fungsi CFM adalah untuk menerima pandangan dan pendapat daripada orang awam mengenai penggunaan serta menggalakkan dan meningkatkan kesedaran orang ramai dalam industri telekomunikasi dan multimedia, disamping mengumpul data-data untuk rumusan statistik. Penyedia perkhidmatan, yang memperolehi lesen untuk beroperasi, adalah digalakkan untuk menjadi ahli CFM sebagai Pembekal. Persatuan-persatuan yang menerajui hak pengguna juga digalakkan untuk menjadi ahli CFM dibawah kategori Permintaan.

Sebagai ahli CFM, sebuah organisasi harus bertanggungjawab untuk mematuhi peraturan-peraturan yang terkandung dalam penubuhan Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia Malaysia dimana CFM bertindak sebagai perantaraan untuk kedua-dua kategori ahli iaitu Pembekal dan Permintaan.

KATEGORI AHLI

KEAHLIAN BIASA

Terbuka kepada organisasi komersil, kumpulan kepentingan awam, pertubuhan bukan kerajaan dan institusi pengajian tinggi.

KEAHLIAN BERSEKUTU

Dibuka kepada badan dibawah Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia dimana sebuah organisasi dilesenkan sebagai komersil atau individu.

FAEDAH KEAHLIAN

- CFM menimbangkan kepentingan kedua-dua belah pihak dalam pertikaian, bukan sahaja pihak yang membuat aduan, dan di mana perlu, CFM akan membantu pihak terlibat mencari penyelesaian yang adil.
- Keahlian CFM boleh meningkatkan keyakinan pengguna terhadap pembekal kerana pengguna tahu bahawa mereka boleh menghubungi CFM jika mereka mempunyai masalah yang tidak dapat diselesaikan secara terus dengan pembekal perkhidmatan.
- Keahlian CFM juga memberi kesan positif ke atas imej korporat pembekal kerana mereka berada dalam keadaan bersedia untuk menyelesaikan isu dalam usaha untuk memberikan perkhidmatan yang lebih berkualiti dan mengikut keperluan pengguna.
- Kepada pengguna, CFM akan mengamalkan "Alternative Dispute Resolution" (ADR) untuk menyelesaikan aduan pengguna di luar proses perundangan biasa. Kepada Pengguna, proses ADR ini tidak melibatkan kos yang tinggi dan ia menjimatkan masa dalam menangani aduan pelanggan. Tanpa alternatif ini, aduan tersebut akan berkemungkinan dibawa ke mahkamah sivil.
- Keahlian di CFM membuka peluang pembabitan ahli untuk (bergantung pada kelulusan Ahli-ahli Majlis) dalam merangka, menggubal dan menyediakan kod yang melindungi hak-hak pengguna menurut peruntukan Akta Komunikasi dan Multimedia 1998.
- CFM memupuk hubungan kerjasama dengan ahlinya, di mana membantu ahlinya melaksanakan strategi untuk memahami punca aduan dengan cara yang lebih menyeluruh. Sebagai contoh, CFM boleh menjelaskan terma dan syarat kontrak dan memberikan maklum balas secara tidak formal kepada pengguna mengenai bahagian yang dianggap mengelirukan.
- CFM juga menyediakan statistik kepada ahli-ahli mengenai bilangan dan jenis aduan yang diterima. Data ini berguna untuk membantu ahli-ahli mengenal pasti isu-isu perkhidmatan yang dihadapi oleh pengguna secara keseluruhan.

YURAN KEMASUKAN DAN KEAHLIAN

AHLI PEMBEKAL BIASA	AHLI PERMINTAAN BIASA	AHLI BERSEKUTU (ORGANISASI)	AHLI BERSEKUTU (INDIVIDU)
<p>Yuran Kemasukan RM1,000</p> <p>Yuran Tahunan RM3,000</p>	<p>Yuran Kemasukan RM10</p> <p>Yuran Tahunan RM30</p>	<p>Yuran Kemasukan RM100</p> <p>Yuran Tahunan RM200</p>	<p>Yuran Kemasukan RM10</p> <p>Yuran Tahunan RM20</p>
<p>Yuran kemasukan dan yuran tahunan dikenakan ke atas semua Ahli Biasa kecuali yang diklasifikasikan oleh Ahli Majlis sebagai definisi Organisasi Bukan Kerajaan, Kumpulan Kepentingan Awam atau Institusi Pengajian Tinggi.</p>	<p>Ahli Biasa yang diklasifikasikan oleh Ahli Majlis sebagai definisi Organisasi Bukan Kerajaan, Kumpulan Kepentingan Awam atau Institusi Pengajian Tinggi.</p>	<p>Yuran kemasukan dan yuran keahlian tahunan dikenakan ke atas semua Ahli Bersekutu yang bukan individu.</p>	<p>Yuran kemasukan dan yuran keahlian tahunan dikenakan ke atas semua individu yang menjadi Ahli Bersekutu.</p>

AKTIVITI KEAHLIAN 2015

Sepanjang tahun 2015, kami telah bekerjasama dengan ahli-ahli kami (persatuan pengguna) untuk pelbagai acara dan juga di bawah anjuran Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC). Di bawah ialah peristiwa-peristiwa yang telah kita bekerjasama dengan ahli-ahli di seluruh Malaysia:

NO	TARIKH	PROGRAM
1	4 Mac	Program Pendidikan Pengguna anjuran Persatuan Pengguna Negeri Sembilan (NESCA) di Sekolah Menengah Kebangsaan Tuanku Muhammad di Kuala Pilah, Negeri Sembilan.
2	20 Mac	Sesi Perkongsian Maklumat Industri bersama ahli-ahli potensi di Grand Borneo Hotel, Kota Kinabalu, Sabah.
3	15 Sept	Sesi Perkongsian Maklumat Industri bersama ahli-ahli potensi di Hilton Hotel, Kuching, Sarawak, anjuran bersama MCMC.
4	15 Sept	Sesi pengenalan keahlian dan mesyuarat bersama ahli-ahli potensi di Hilton Kuching, Sarawak anjuran bersama MCMC.
5	28 Okt	Mesyuarat Agung Tahunan di Menara KL bersama 43 ahli CFM.

AHLI-AHLI CFM 2015

Secara keseluruhan, unit keahlian telah menunjukkan prestasi yang baik dalam 2015 dimana penambahan keahlian meningkat berbanding dengan tahun 2014. Seramai 6 ahli baru (5 organisasi dan 1 individu) telah mendaftar untuk menjadi ahli baru CFM pada penghujung tahun 2015 dan jumlah keseluruhan ahli CFM adalah sebanyak 42 ahli.



Yang disenaraikan di bawah adalah senarai CFM pada Disember 2015.

BIL	PEMBEKAL	NO. KEAHLIAN
1	Altel Communications Sdn Bhd	150313/OS37
2	Asian Broadcasting Network (ABN)	060312/OS36
3	Astro Radio Sdn Bhd	080301/OS9
4	Celcom Axiata Berhad	180804/OS1
5	Digi Telecommunications Sdn Bhd (Digi)	090301/OS11
6	M-Mode Berhad	230415/OS41
7	Maxis Mobile Services Sdn Bhd	070301/OS6
8	Measat Broadcast Network Systems Sdn Bhd (ASTRO)	301203/OS20
9	Media Prima Berhad	020301/OS3
10	Merchantrade Asia Sdn Bhd	110515/OS42
11	Packet One Networks (M) Sdn Bhd (kini dikenali sebagai webe digital sdn bhd)	240707/OS27
12	red ONE Network Sdn Bhd	060813/OS38
13	Telekom Malaysia Berhad (TM)	110302/OS13
14	TIME dotCom Sdn Bhd	070301/OS8
15	Tune Talk Sdn Bhd	150410/OS31
16	U Mobile Sdn Bhd	211209/OS30
17	XOX Com Sdn Bhd	070115/OS39
18	YTL Communications Sdn Bhd	010311/OS32

BIL	PERMINTAAN	NO. KEAHLIAN
1	Consumer's Association of Miri (CAM)	130704/OD18
2	Kesatuan Perkhidmatan Perguruan Kebangsaan Malaysia (NUTP)	090301/OD9
3	Malaysian Consumers Association (MACONAS)	210312/OD40
4	Malaysian Mobile Content Provider Association (MMCP)	100408/OD26
5	National Council of Women's Organisations' Malaysia (NCWO)	030301/OD3
6	Persatuan Ekonomi Pengguna dan Keluarga Malaysia (MACFEA)	141107/OD25
7	Persatuan Kebajikan Pengguna Melaka	010113/OD44
8	Persatuan Kebajikan Pengguna Negeri Johor (JCWA)	020310/OD30
9	Persatuan Keselamatan Pengguna Kuala Lumpur (PKPKL)	200912/OD43
10	Persatuan Pelindung Pengguna Pulau Pinang (PCPA)	200912/OD41
11	Persatuan Pemilik-Pemilik Telefon Bimbit Malaysia (PERBIT)	060312/OD35
12	Persatuan Pengguna Daerah Kuala Terengganu (PPDKT)	250210/OD28
13	Persatuan Pengguna Kedah (CAKE)	240210/OD27
14	Persatuan Pengguna Komunikasi Dan Media Malaysia (PEKOMA)	100615/OD45
15	Persatuan Pengguna Melaka Tengah (PPMT)	010310/OD29
16	Persatuan Pengguna Negeri Sembilan (NESCA)	310806/OD24
17	Persatuan Pengguna Pulau Pinang (CAP)	020301/OD2
18	Persatuan Pelindung Pengguna Kelantan (PELINDUNG)	210312/OD38
19	Pertubuhan Pembimbing Kewangan Pengguna dan Keluarga Malaysia (KPM)	210312/OD37
20	Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM)	210312/OD39
21	Universiti Sains Islam Malaysia (USIM)	200912/OD42

BIL	AHLI BERSEKUTU (ORGANISASI)	NO. KEAHLIAN
1	Messrs Raja Darryl and Loh	080210/AM001

BIL	AHLI BERSEKUTU (INDIVIDU)	NO. KEAHLIAN
1	Abdul Manaf bin Bohari	210410/AM005
2	Muhammad Faizal bin Maslan	200415/AM006

A portrait of Aly Shaharom, a middle-aged man with short grey hair and glasses, wearing a white button-down shirt. He is standing with his hands clasped in front of him. The background is a large yellow circle. To the left of the circle, there are two smaller overlapping circles, one pink and one blue. The blue circle contains the text identifying him.

Aly Shaharom

Pengarah Eksekutif
Forum Pengguna Komunikasi
dan Multimedia Malaysia
(CFM)



ULASAN OPERASI PENGARAH EKSEKUTIF



Assalamualaikum W.B.T

Salam sejahtera,

Pertama sekali, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada semua para pengguna kerana telah memberikan kepercayaan anda kepada kami selama 14 tahun sebagai platform untuk melindungi hak-hak pengguna dalam Industri Komunikasi dan Multimedia di Malaysia.

Pada tahun 2015, CFM telah menambah lima ahli sekretariat baru untuk membantu CFM dalam mencapai matlamat, visi dan misi. Terdapat dua sekretariat baru yang telah ditambah kepada Jabatan Komunikasi dan Perhubungan Awam, dua lagi telah ditambah kepada Jabatan Pengurusan Aduan dan Pematuhan dan seorang sekretariat baru telah ditambah kepada Jabatan Korporat dan Pengurusan Kod. Pada akhir tahun 2015, terdapat sebanyak 19 orang sekretariat secara keseluruhan, termasuklah Pengarah CFM.

CFM juga telah banyak memberi tumpuan kepada semakan Kod Amalan Am Pengguna bagi Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC). Selain itu, kami juga telah memuktamadkan Kod Ajen dan Pengedar dan telah menubuhkan sistem "Alternative Dispute Resolution" (ADR) untuk perkhidmatan komunikasi dan multimedia.

CFM bergerak selangkah ke hadapan dengan mengadakan bengkel penyediaan KPI. Tujuan ianya diadakan ialah untuk mengkaji prestasi KPI 2014 untuk setiap jabatan, menetapkan KPI 2015/2016 untuk setiap jabatan, mengkaji KPI individu untuk 2014, merancang dan menentukan KPI individu untuk 2015/2016, menggalakkan kedua-dua pembangunan dan peningkatan individu dan pasukan dengan memberi tumpuan untuk mencapai matlamat CFM. Ia juga bertujuan untuk meningkatkan kerja pasukan dan persahabatan seperti kerjasama, komunikasi dan

meningkatkan pemikiran kreatif serta fleksibel. Selain itu, ia diadakan bagi mengenal pasti jurang dalam kemahiran individu atau kolektif dan kebolehan bagi pembinaan keupayaan dan perkembangan bakat. Melalui KPI yang ditetapkan, ia menjadi pemangkin kepada pembangunan CFM untuk menyediakan persekitaran yang kondusif dalam industri komunikasi dan multimedia kepada pengguna.

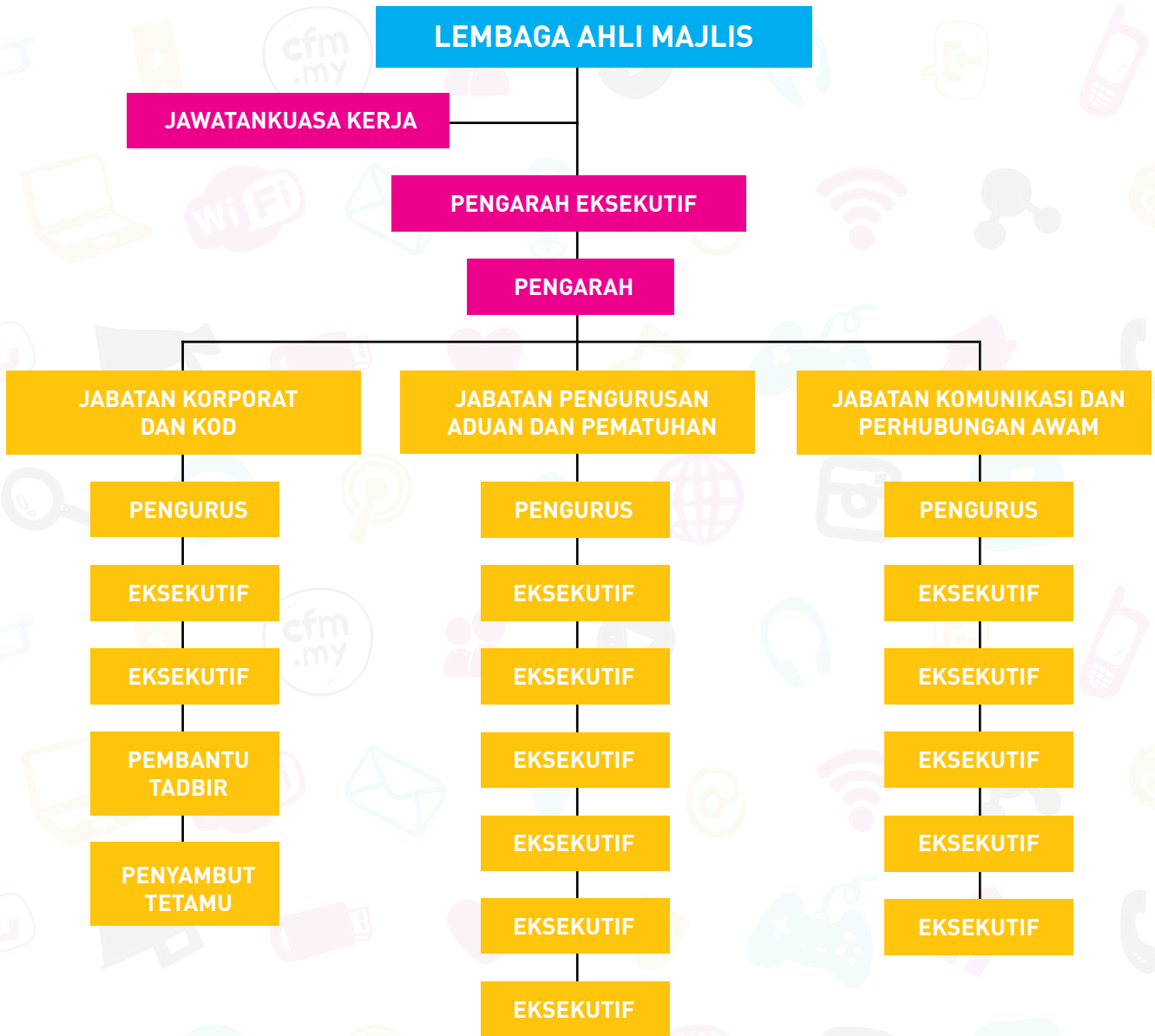
Baru-baru ini, CFM juga telah menjalani peralihan baru dengan perantikan Ahli-ahli Lembaga pada Mesyuarat Agung Tahunan ke-15 yang telah diadakan di Menara Kuala Lumpur. Dengan itu, pihak CFM amat mengalu-alukan kedatangan wakil dari Tune Talk Sdn Bhd, Encik Megat Ishak Maamunor Rashid sebagai Pengerusi wakil baru CFM bagi penggal 2015 / 2017.

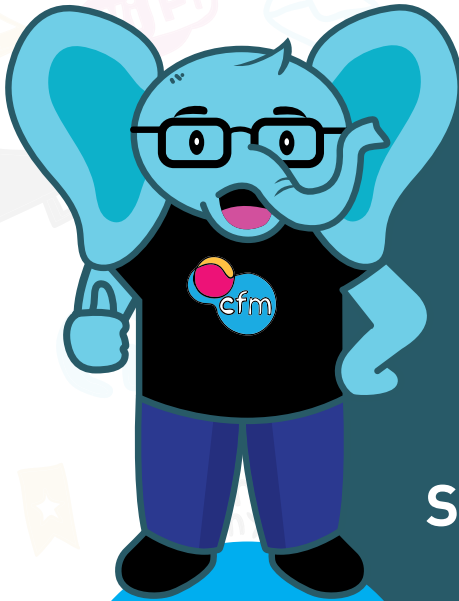
Bagi tahun 2015 / 2016, CFM telah meletakkan keutamaan untuk mendapat pengiktirafan kebangsaan sebagai pihak perwakilan utama pengguna dalam industri komunikasi dan multimedia, serta sebagai platform utama bagi industri kawal selia-kendiri.

Akhir sekali, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada semua Ahli Majlis CFM, ahli-ahli dan semua pihak yang berkepentingan; termasuklah sekretariat CFM yang telah bekerja keras untuk membangunkan CFM pada tahun 2015. Bagi tahun yang akan datang, CFM mengimpikan kemajuan yang lebih besar, serta cara-cara yang lebih baik untuk berkhidmat kepada pengguna.

Sekian, terima kasih.

STRUKTUR ORGANISASI





+1

CDMD

5

**SEKRETARIAT
BARU
2015**

+2

CCMD

+2

CPRD

SEKRETARIAT CFM



Kartini Hasbi

Pengurus
Jabatan Korporat dan Kod
(CDMD)



**Ahmad Izham
Khairuddin**

Pengarah
Forum Pengguna Komunikasi
dan Multimedia Malaysia
(CFM)



**Noor
Shahdiella
Abd Manan**

Pengurus
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)

**Salabiah
Mohamad
Madnash**

Pengurus
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)

2009

PENCAPAIAN CFM

2010

2011

2012

APRIL

Pelancaran kempen CFM
"Know Your Rights"

1 MEI

En Muhamad Tahir
Muhamad Noor dilantik
sebagai Pengarah
Eksekutif CFM

JUN

CFM dipindahkan dari
Kelana Jaya ke Wisma
Straits Building dalam
Kuala Lumpur

OGOS

Penerbitan sulung CFM
CONSUMER info

20 OKTOBER

Mesyuarat Agung
Tahunan ke-9 di Crowne
Plaza Kuala Lumpur.
Tuan Haji Khairuddin
Yunus (NESCA) sebagai
Pengerusi CFM

FEBRUARI-APRIL

Perundingan Awam Kod
Amalan Am Pengguna
untuk Industri Komunikasi
dan Multimedia (GCC) di 7
tempat di seluruh negara

6 MEI

Bengkel Kajian Kod
Amalan Am Pengguna
untuk Industri Komunikasi
dan Multimedia (GCC) di
MCMC Cyberjaya

29 JUN

Mesyuarat Agung
Tahunan ke 10 diadakan
di Hotel Singgahsana,
Petaling Jaya

OKTOBER

En Azizan Mohd
Afandi dilantik sebagai
Pengarah Eksekutif CFM

FEBRUARI

CONSUMER info portal
draf cadangan 1

30 JUN

Mesyuarat Agung
Tahunan di Cyberview
Lodge Cyberjaya, Puan
Mahfuzah Azahari
(Maxis) dilantik sebagai
Pengerusi CFM

27 JULAI

Mesyuarat Agung
Tahunan ke 12 di Hotel
Pullman Putrajaya

2013

FEBRUARI

Lawatan CFM ke Ofcom, United Kingdom (projek di bawah ADR)

MEI

En Ahmad Izham Khairuddin dilantik sebagai Pengarah CFM

OGOS

Mesyuarat Agung Tahunan ke-13 yang diadakan di Hornbill Restaurant Cafe, Taman Burung KL. Pelantikan Dr Elistina Abu Bakar (MACFEA) sebagai Pengerusi CFM

SEPTEMBER

En Aly Shaharom dilantik sebagai Pengarah Eksekutif CFM

2014

MEI

Forum semperna sambutan Hari Telekomunikasi dan Masyarakat Berinformasi Sedunia di Le Meridien Hotel, KL Sentral

JULAI

Kajian Prosedur Standard untuk Aduan

OKTOBER

Permulaan penggunaan kenderaan rasmi CFM

25 NOVEMBER

Mesyuarat Agung Tahunan Ke-14 2014 yang diadakan di Marina Putrajaya

2015

MAC

Peraduan Facebook "NAME THE CFM MASCOT and WIN"

Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM di Kota Kinabalu, Sabah

MEI

"CFM DOODLE MARATON 12 JAM!" sempena Hari Telekomunikasi dan Masyarakat Berinformasi Sedunia (WTSID) 2015

JUN

CFM Istimewa Ramadhan, Pengagihan Bubur Lambuk di Masjid Jamek

JULAI

Pelancaran Logo dan Maskot CFM serta Jamuan Aidilfitri #CFMMeriahRaya

SEPTEMBER

Sesi Perkongsian Maklumat CFM di Kuching, Sarawak

KPI Review Retreat di Amverton Cove Golf and Island Resort

OKTOBER

Mesyuarat Agung Tahunan CFM KE 15 – En Megat Ishak Maamunor Rashid dilantik sebagai Pengerusi CFM





**Jabatan Pegurusan
Aduan dan Pematuhan**

JAWATANKUASA KERJA CCMD 2015

KETUA
PERSATUAN PENGGUNA PULAU PINANG
(CAP)

PERSATUAN PENGGUNA KEDAH
(CAKE)

PERTUBUHAN PEMBIMBING
KEWANGAN PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(KPM)

PERSATUAN KESELAMATAN PENGGUNA
KUALA LUMPUR
(PKPKL)

DIGI TELECOMMUNICATIONS SDN BHD
(Digi)

TELEKOM MALAYSIA BERHAD
(TM)

CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)

RINGKASAN EKSEKUTIF CCMD

Biro Aduan dan Pematuhan melalui sekretariat CFM memberi keutamaan terhadap pemantauan prestasi tempoh penyelesaian aduan yang diterima oleh CFM. Rekod menunjukkan impak yang positif apabila peratusan penyelesaian aduan dalam tempoh 30 hari telah mencapai 90% daripada sejumlah 7,326 aduan sah yang dilaporkan kepada Penyedia Perkhidmatan – dengan peningkatan sebanyak 7% berbanding tahun lepas iaitu 83%.

CFM hanya menerima aduan yang belum selesai dan telah dirujuk kepada Penyedia Perkhidmatan terlebih dahulu kerana adalah wajar memberi peluang kepada Penyedia Perkhidmatan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Saluran utama aduan yang diterima oleh CFM ialah melalui Portal Aduan CFM (CoP) iaitu sebanyak 4,724 (64.48%) diikuti dengan emel 2,174 (29.68%) dan menerusi telefon 338 (4.61%) panggilan. Aduan yang diterima dari pelbagai saluran akan direkodkan ke dalam Portal Aduan CFM sebagai rekod aduan rasmi.

Salah satu inisiatif yang telah dilakukan oleh CCMD ialah menganjurkan sesi perjumpaan bersama Penyedia Perkhidmatan pada bulan Jun 2015. CFM mendapat respon yang cukup memberangsangkan dengan kerjasama yang jitu bagi mencapai sasaran tersebut. Disamping itu, CFM telah menambahbaik portal aduan dengan pelaksanaan sistem notifikasi penyelesaian aduan melalui SMS yang membantu proses penyelesaian. Antara lain, pengadu hanya perlu mengisi satu (1) muka surat borang aduan berbanding tiga (3) muka surat sebelum ini.

CFM juga turut meneroka penggunaan media tradisional seperti poster bagi menyuntik kesedaran tentang kewujudan CFM sebagai saluran peringkat kedua bagi mendapatkan penyelesaian berkaitan komunikasi dan multimedia kepada orang awam. Pada tahun 2016, CFM akan membangunkan portal aduan versi "Mobile Web" bagi memberi kemudahan tambahan kepada masyarakat membuat aduan melalui telefon mudah alih. Ini adalah seiring dengan peningkatan penggunaan telefon pintar mudah alih di Malaysia.



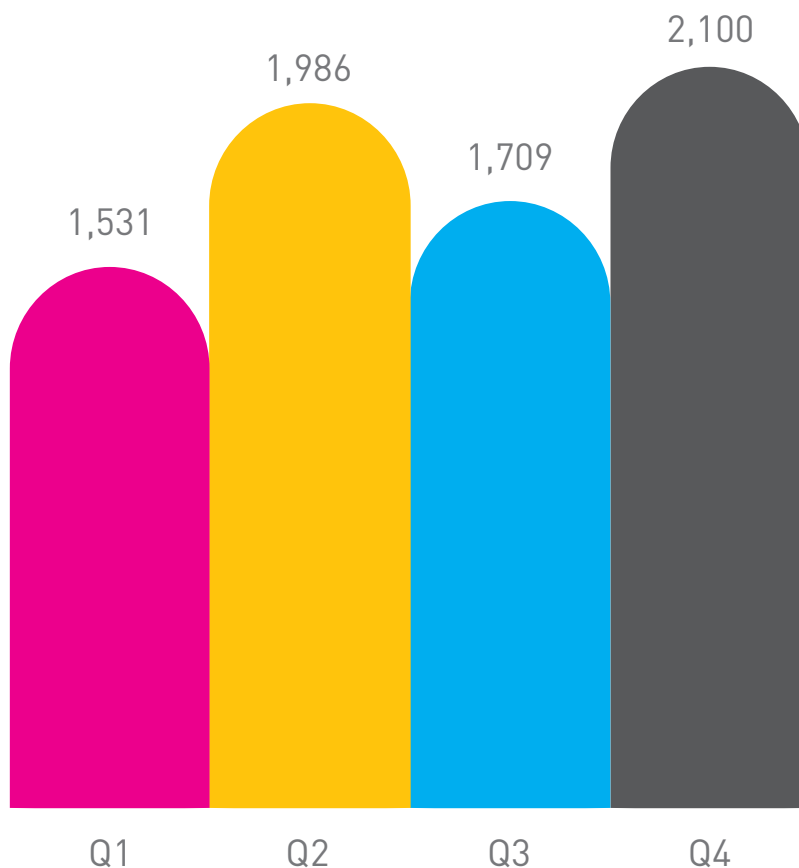
STATISTIK ADUAN TAHUN 2015

CFM menerima sebanyak 7,878 aduan pada tahun 2015. Namun hanya 7,326 aduan di bawah bidang kuasa CFM dimajukan kepada Penyedia Perkhidmatan iaitu peningkatan sebanyak 6.11% berbanding 6,904 aduan bagi tahun sebelumnya. Sebanyak 552 aduan dikategorikan tidak sah kerana:

1. Pengadu tidak menghubungi Penyedia Perkhidmatan terlebih dahulu
2. Aduan di luar bidang kuasa CFM
3. Pertindihan aduan yang dibuat oleh pengadu

Secara purata, lebih kurang 1,831 aduan telah diterima pada setiap suku tahun. Jumlah aduan tertinggi diterima adalah pada suku keempat dan diikuti oleh suku kedua iaitu masing-masing sebanyak 2,100 dan 1,986 aduan.

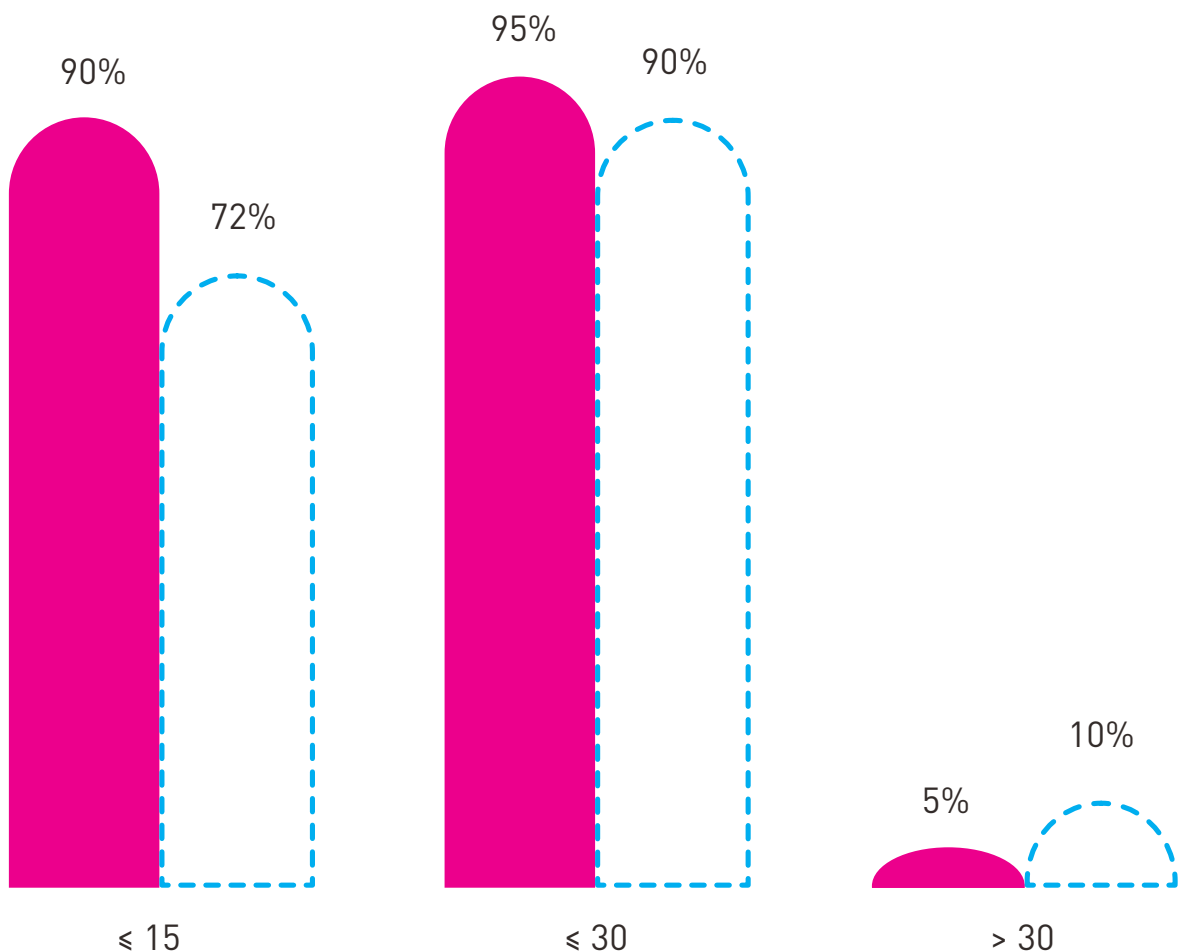
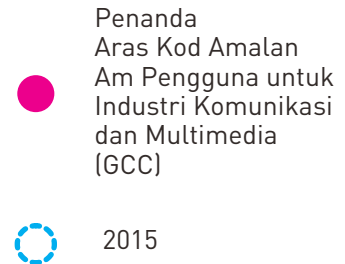
Penerimaan Aduan Mengikut Suku Tahunan



PRESTASI PENYELESAIAN ADUAN

CFM berjaya menyelesaikan 72% dari jumlah keseluruhan aduan dalam masa 15 hari bekerja berbanding 64% pada tahun 2014. Ini adalah berikutan pemantauan secara berkala dan langkah proaktif telah diambil dalam memastikan aduan diselesaikan mengikut penanda aras yang ditetapkan dalam Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC) iaitu:

1. 90% daripada jumlah aduan hendaklah diselesaikan dalam tempoh tidak melebihi 15 hari bekerja
2. 95% daripada jumlah aduan diselesaikan dalam tempoh 30 hari bekerja



ADUAN MENGIKUT JENIS PERKHIDMATAN (JAN-DIS)

Perkhidmatan telefon mudah alih masih lagi merupakan penyumbang tertinggi aduan pada setiap tahun sejak penubuhan CFM. Pada tahun ini, peratusan tertinggi statistik aduan yang diterima adalah berkaitan perkhidmatan telefon mudah alih iaitu 48.7% dan peningkatan sebanyak 2.2% berbanding tahun 2014 iaitu 46.5%.

Perkhidmatan jalur lebar menyumbang 40.07% daripada jumlah aduan. 926 kes berkaitan dengan jalur lebar tanpa wayar, 1,730 kes berkaitan jalur lebar berwayar, 222 kes tentang jalur lebar mudah alih dan 58 kes berkaitan jalur lebar gentian optik. Namun, statistik terhadap aduan berkaitan perkhidmatan jalur lebar berwayar menunjukkan peningkatan tertinggi iaitu 32.47% berbanding dengan yang lain.

Walaupun bagaimanapun, berlaku penurunan yang ketara bagi perkhidmatan jalur lebar mudah alih iaitu sebanyak 222 aduan berbanding 401 pada tahun lepas dengan peratusan penurunan sebanyak 44.64%.

TV berbayar dan talian tetap masing-masing mencatatkan 6.92% dan 4.16%. Manakala lain-lain perkhidmatan pula mencatatkan sebanyak 0.14% daripada jumlah aduan.

TELEFON MUDAH ALIH

3,568
48.7%



JALUR LEBAR GENTIAN OPTIK

58
0.79%



JALUR LEBAR TANPA WAYAR

926
12.64%



TV BERBAYAR

507
6.92%



JALUR LEBAR BERWAYAR

1,730
23.61%



TALIAN TETAP

305
4.16%



JALUR LEBAR MUDAH ALIH

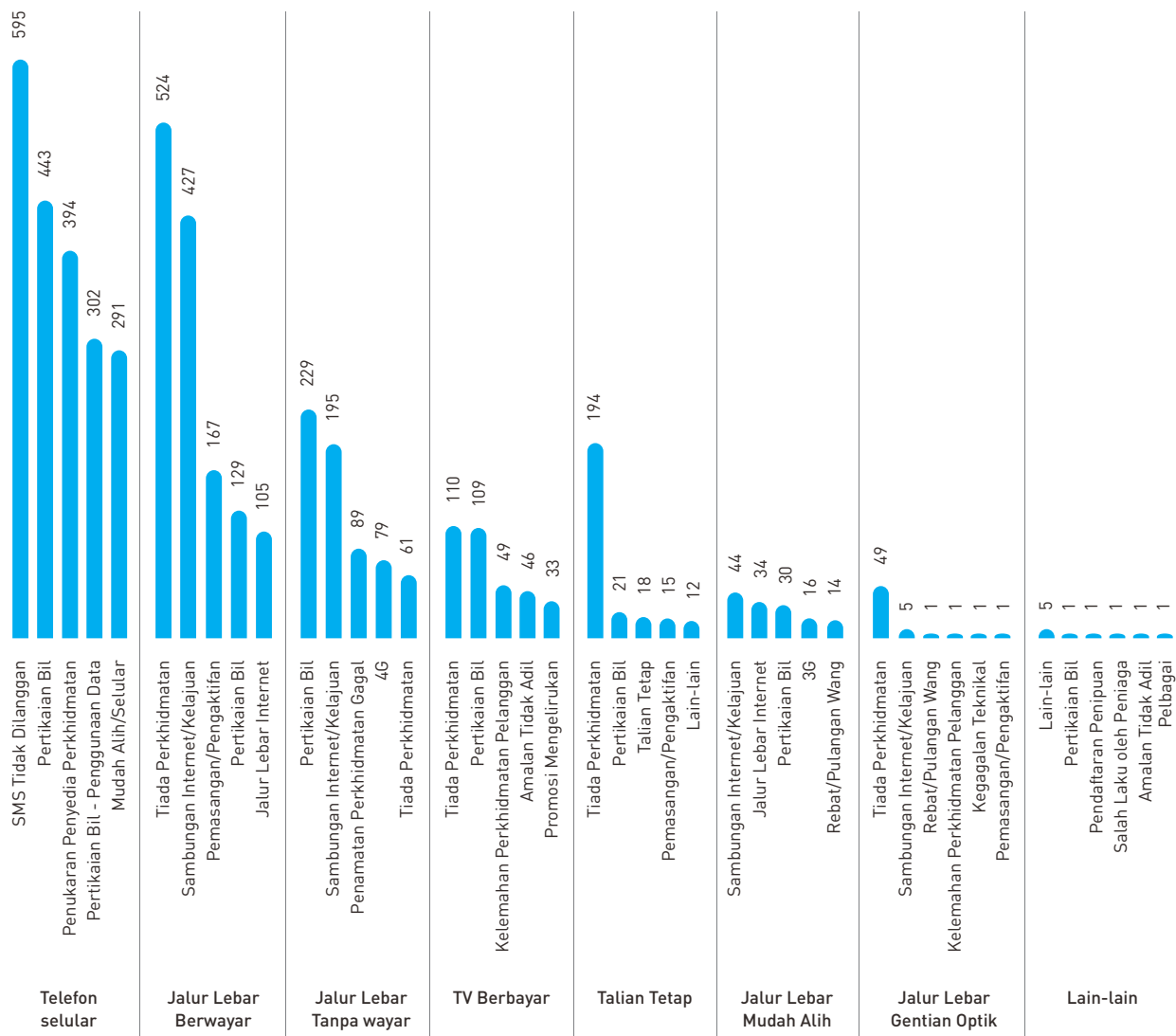
222
3.03%



LAIN-LAIN

10
0.14%





Graf di bawah menunjukkan 5 jenis aduan tertinggi yang diterima berdasarkan jenis perkhidmatan. Pertikaian bil adalah aduan yang paling kerap diterima dan isu yang terlibat seperti kesilapan bil, isu pakej langganan dan pertikaian caj bil ketika gangguan perkhidmatan. Berikut adalah penerangan mengenai setiap jenis aduan yang disenaraikan seperti graf di bawah.

Nota: Industri 'Lain-lain' merujuk kepada 'Leased Line', Perkhidmatan E-mel dan VOIP.

JENIS ADUAN	DEFINISI
3G	Merupakan generasi ke-3 selular dan rangkaian yang laju untuk telefon dan transmisi data berbanding EDGE. 3G berkeupayaan untuk mengendali lebih banyak data menjadikannya lebih laju dan juga meningkatkan mutu panggilan telefon.
4G	Jalur lebar tanpa wayar 4G adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan generasi ke-4 daripada perkhidmatan jalur lebar tanpa wayar. 4G adalah satu langkah dari 3G, yang pada masa ini adalah paling meluas, perkhidmatan jalur lebar tanpa wayar berkelajuan tinggi. 4G hanya boleh didapati di kawasan yang terhad.
Pertikaian Bil	Pertikaian caj, pembayaran yang tidak dikreditkan, kesilapan bil, isu berkaitan langganan pakej. Pengguna dicaj walaupun tidak dapat mengakses perkhidmatan.
Pertikaian Bil – Penggunaan Data Domestik	Pengadu mendakwa bahawa aktiviti internet tidak dibuat daripada perkhidmatan/telefon mereka. Pengadu mengakui bahawa mereka mungkin telah mengakses internet menggunakan perkhidmatan wifi tetapi mendakwa mereka masih lagi dicaj dengan caj data dan mereka tidak diberi amaran secukupnya mengenai caj tersebut (tiada notifikasi).
Pendaftaran Penipuan	Aktiviti tidak beretika dengan melakukan pendaftaran tidak sah daripada pemilik yang sebenar.
Pemasangan/ Pengaktifan	Lewat mengaktifkan perkhidmatan atau pemasangan tidak dilakukan seperti yang dijanjikan.
Sambungan Internet / Kelajuan	Kelajuan yang tidak memuaskan atau sambungan jalur lebar terputus-putus.
Penukaran Penyedia Perkhidmatan	Perkhidmatan yang membolehkan pelanggan mengekalkan nombor telefon sedia ada mereka apabila bertukar penyedia perkhidmatan. Sebagai contoh, kelewatan dalam proses peralihan kerana terdapat kontrak dengan penyedia perkhidmatan sedia ada, terdapat baki tertunggak dan lain-lain.
Lain-lain	Merujuk kepada aduan di luar bidang kuasa CFM, isu lain seperti panggilan 'scam/spam', kecurian kabel.
Kelemahan Perkhidmatan Pelanggan	Berlaku disebabkan rasa tidak puas hati terhadap pengendalian pelanggan. Sebagai contoh, tiada perkhidmatan selepas jualan kepada pengguna, salah maklumat diberikan tentang kadar/pakej dan masa menunggu giliran yang lama apabila membuat panggilan ke pusat panggilan penyedia perkhidmatan.
Rebat/ Pulangan Wang	Permintaan untuk pengecualian bil atau bayaran balik deposit selepas langganan ditamatkan.
Tiada Perkhidmatan	Tiada perkhidmatan internet atau telefon disebabkan peralatan atau kegagalan teknikal.
Amalan Tidak Adil	Aduan mengenai rasa tidak puas hati dan layanan tidak adil terhadap permintaan pengadu atau aduan. Sebagai contoh, promosi pelan baru terhadap pelanggan baru dengan menawarkan pelbagai tawaran menarik yang akan menyebabkan pelanggan lama dan sedia ada merasa tidak adil.

JENIS ADUAN	DEFINISI
SMS Tidak Dilanggan	Aduan mengenai perkhidmatan tidak sah daripada pihak ketiga melalui SMS. Pengguna mengadu mendapat perkhidmatan yang tidak munasabah berkaitan dengan pelbagai SMS yang tidak sepatutnya diterima.
Penamatan Perkhidmatan Gagal	Permintaan untuk menamatkan perkhidmatan tidak diproses, kelewatan menamatkan perkhidmatan.
Promosi Mengelirukan	Promosi atau kenyataan iklan sama ada menipu atau mempunyai potensi untuk menipu dan berkemungkinan menjejaskan keputusan melanggan oleh pelanggan. Ia juga membawa pengguna kepada kesimpulan yang kurang tepat. Gambaran yang salah tentang produk/pakej, tariff pelan/pakej yang ditawarkan, dipasarkan atau diiklankan dengan cara yang mungkin mengelirukan pelanggan.
Talian Tetap	Telefon talian tetap.
Mudah Alih/Selular	Merujuk kepada telefon bimbit/mudah alih.
Jalur Lebar Internet	Merujuk kepada capaian internet berkelajuan tinggi.
Kegagalan Teknikal	Masalah berlaku kerana kegagalan fungsi sistem/peralatan/peranti.
Pelbagai	Aduan dibuat oleh Pengadu merangkumi pelbagai aduan/isu.
Salah Laku oleh peniaga	Merujuk kepada kenyataan palsu, tidak betul atau tidak lengkap atau penjelasan yang diberikan oleh peniaga dalam mendapatkan pelanggan baru. Motif adalah untuk menjamin pendaftaran baru tanpa menjelaskan butiran lengkap mengenai pelan langganan, caj atau perjanjian kontrak kepada pengguna terlebih dahulu.

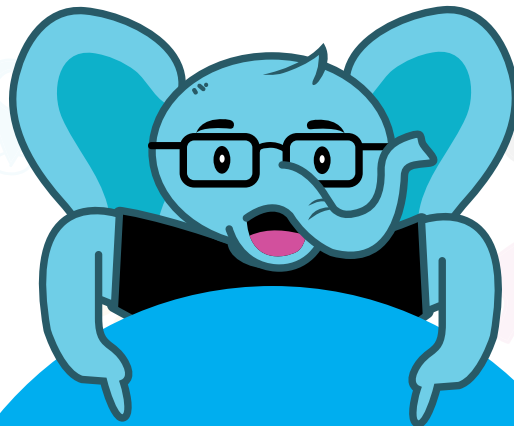
6,904

**ADUAN
2014**



7,326

**ADUAN
JAN-DIS
2015**



**PENINGKATAN
SEBANYAK**

6.11%

ANALISA ADUAN MENGIKUT KATEGORI ADUAN (JAN-DIS)

Jadual di bawah menunjukkan kategori aduan yang diterima oleh CFM sepanjang tahun 2015. Kualiti perkhidmatan adalah isu yang paling banyak dihadapi oleh pengguna iaitu sebanyak 41.91%, diikuti bil dan caj sebanyak 29.12% dan SMS sebanyak 8.6%.

KUALITI PERKHIDMATAN

3,070

41.91%



TIADA LIPUTAN

291

3.97%



BIL DAN CAJ

2,133

29.12%



PROMOSI TIDAK BENAR

253

3.45%



SMS

630

8.60%



AMALAN TIDAK ADIL

225

3.07%



KUALITI LIPUTAN

574

7.84%

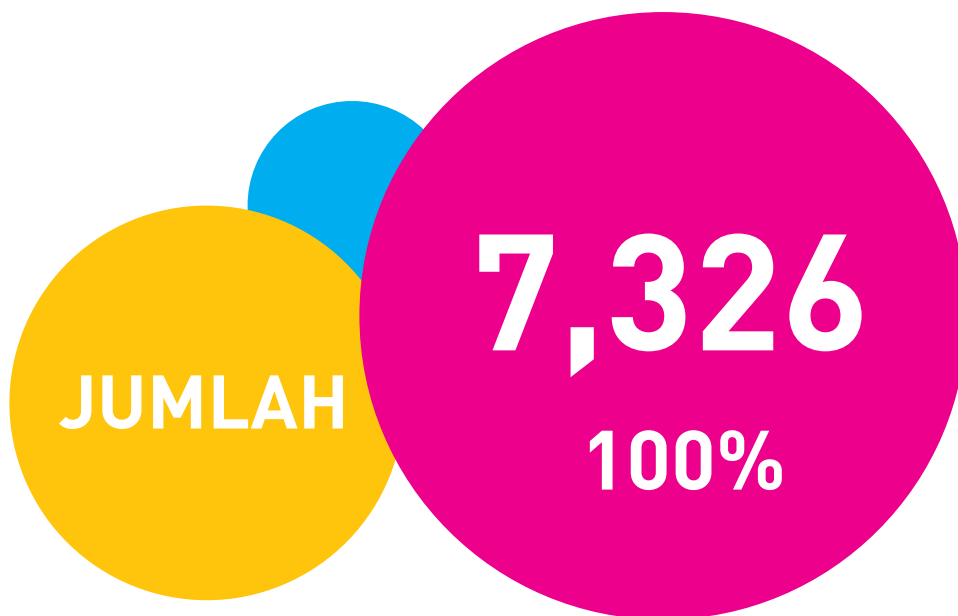
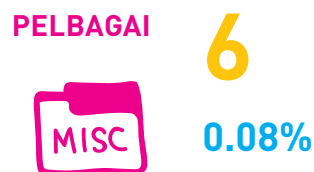


MMS

87

1.19%





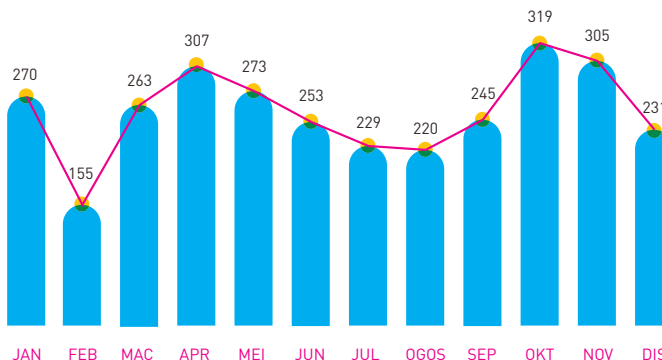
5 KATEGORI ADUAN TERTINGGI

Kami telah mengenal pasti 5 kategori aduan tertinggi yang diterima sepanjang tahun 2015. Kategori aduan tersebut ialah Kualiti Perkhidmatan, Bil dan Caj, SMS, Kualiti Liputan dan Tiada Liputan.

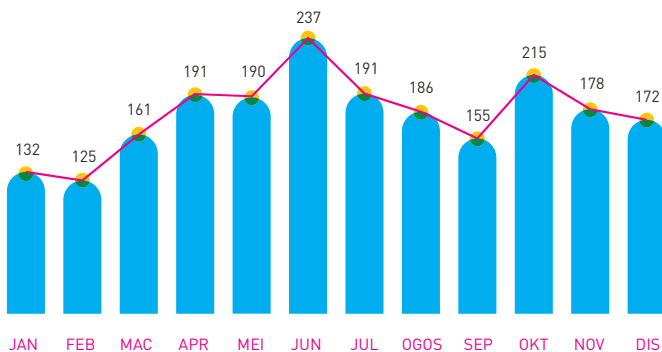
1

Kualiti Perkhidmatan

Terdapat peningkatan dalam jumlah aduan berkaitan kualiti perkhidmatan dari tahun ke tahun. Tahun 2015 mencatatkan peningkatan sebanyak 14.64% berbanding tahun sebelumnya. Gangguan perkhidmatan merupakan penyumbang tertinggi dalam kategori ini iaitu sebanyak 989 aduan diikuti oleh aduan mengenai sambungan internet/kelajuan internet dan penukaran Penyedia Perkhidmatan dengan masing-masing mencatatkan sebanyak 725 dan 394 aduan.



Kualiti Perkhidmatan



Bil dan Caj

2

Bil dan Caj

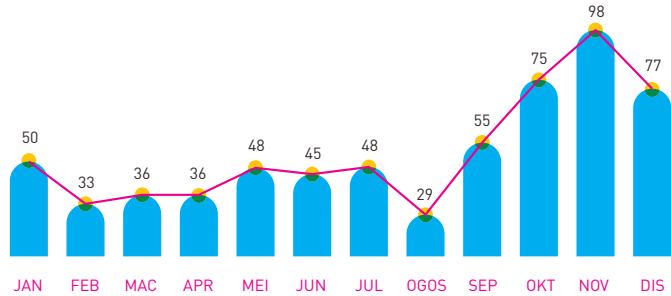
Tahun 2015 mencatatkan sebanyak 2,133 aduan diterima berkaitan bil dan caj. Pertikaian bil, sebanyak 962, pertikaian penggunaan data domestik, sebanyak 312, kelemahan sistem bil, sebanyak 248, rebat/pulangan wang, sebanyak 236, dan caj tidak munasabah, sebanyak 133, adalah 5 jenis aduan tertinggi yang menyumbang kepada statistik aduan dalam kategori bil dan caj. Aduan yang paling banyak diterima adalah pada bulan Jun.

3

SMS

Aduan mengenai SMS sering kali disenaraikan sebagai 5 kategori aduan tertinggi sejak dari tahun 2010. Pada tahun ini, aduan berkenaan SMS meningkat sebanyak 23.29% dan disenaraikan di tangga 3 tertinggi berbanding tahun lepas.

Graf menunjukkan penurunan aduan berlaku pada bulan Ogos dan kemudian terus meningkat naik sehingga November. Jenis aduan yang menyumbang kepada peningkatan dalam kategori ini adalah berkaitan SMS yang tidak dilanggan iaitu sebanyak 595 aduan.

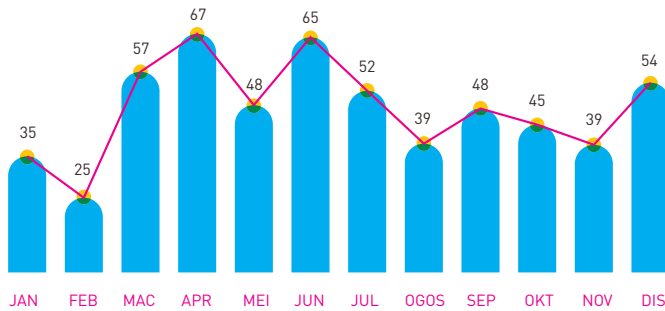


SMS

4

Kualiti Liputan

CFM menerima 574 aduan mengenai kualiti liputan terhadap semua Penyedia Perkhidmatan utama di Malaysia. Bilangan aduan tidak tetap dan terdapat kenaikan dan penurunan pada setiap bulan. Pada suku kedua, aduan direkodkan sebanyak 180 iaitu yang paling tinggi diterima pada tahun 2015 berbanding dengan yang lain. Sebanyak 259 aduan berkenaan dengan liputan telefon mudah alih, manakala 127 aduan mengenai perkhidmatan jalur lebar internet dan 124 tidak berpuas hati dengan liputan 3G.

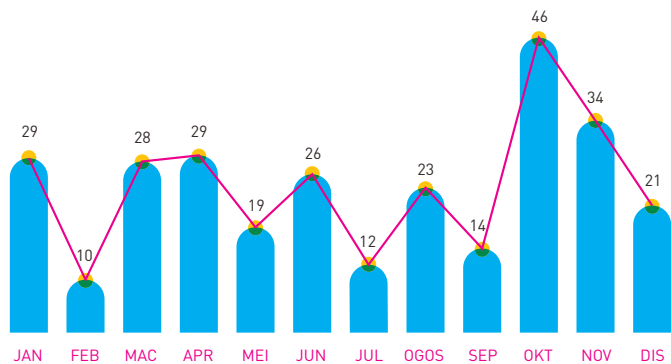


Kualiti Liputan

5

Tiada Liputan

Rekod CFM menunjukkan aduan berkaitan tiada liputan turut disenaraikan sebagai kategori aduan utama yang diterima sepanjang tahun 2015. Bilangan aduan juga menunjukkan kenaikan dan penurunan pada setiap bulan. Namun, peningkatan ketara direkodkan pada bulan Oktober 2015 iaitu melebihi tiga kali ganda peningkatan berbanding bulan sebelumnya dan kemudian penurunan semula dicatatkan sehingga akhir tahun 2015. Aduan mengenai perkhidmatan jalur lebar internet, sebanyak 112, jalur lebar gentian optik, sebanyak 100, dan tiada liputan 4G sebanyak 29, adalah antara aduan yang diterima.

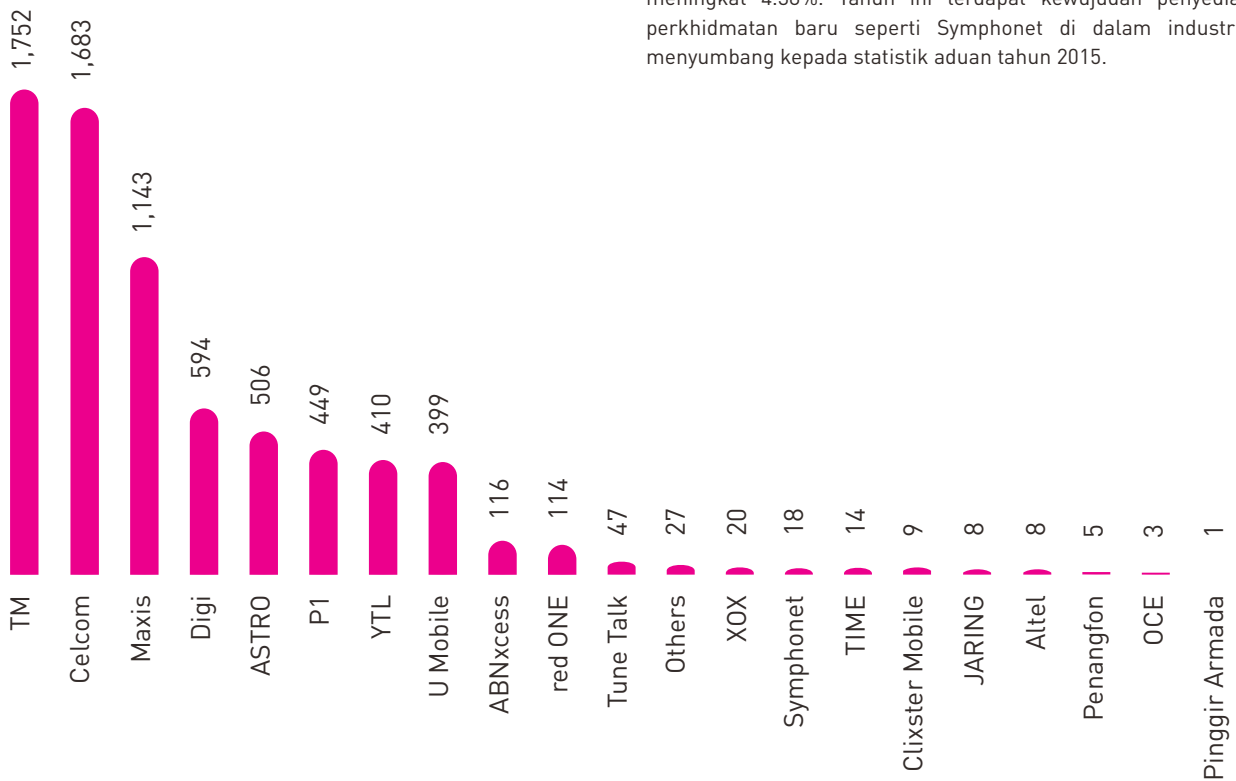


Tiada Liputan

SENARAI PENYEDIA PERKHIDMATAN MENERIMA ADUAN DARI CFM

Forum Pengguna menjadi pengantara bagi aduan tidak dapat diselesaikan di bawah industri komunikasi dan multimedia kecuali untuk perkhidmatan pos dan kurier.

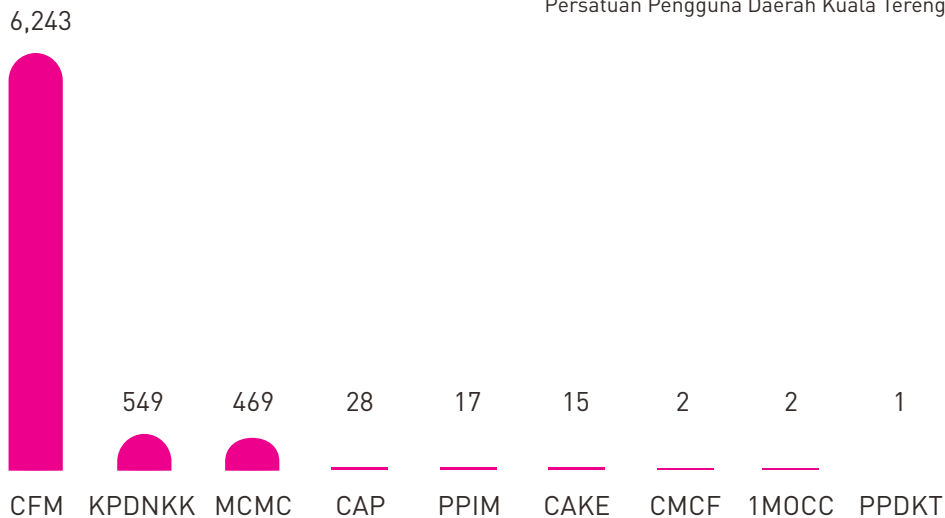
Penyedia Perkhidmatan Utama dalam bidang komunikasi menerajui jumlah aduan yang diterima pada tahun 2015. Aduan tertinggi diterima oleh TM telah menyumbang kepada 23.91% daripada jumlah aduan dan peningkatan sebanyak 27.98% berbanding tahun lepas diikuti oleh Celcom dan Maxis masing-masing sebanyak 22.97%, meningkat 5.39% dan 15.6% meningkat 4.38%. Tahun ini terdapat kewujudan penyedia perkhidmatan baru seperti Symphonet di dalam industri menyumbang kepada statistik aduan tahun 2015.



Jumlah aduan mengikut penyediaan perkhidmatan

SUMBER ADUAN

CFM menerima aduan daripada pelbagai sumber. Sejumlah 85.22% aduan yang diterima oleh CFM adalah terus daripada orang ramai melalui beberapa saluran dan saluran yang paling popular adalah menerusi Portal Aduan dalam talian kami (www.complaint.cfm.org.my). Kami juga telah menerima aduan daripada KPDNKK (7.49%) dan MCMC (6.40%) serta Persatuan Pengguna seperti CAP, PPIM dan CAKE. Forum Pengguna sedang berusaha untuk melaksanakan saluran lain selain Portal seperti aplikasi mudah alih sebagai platform aduan kami.



KPDNKK

Kementerian Perdagangan dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan

MCMC

Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia

CAP

Persatuan Pengguna Pulau Pinang

PPIM

Persatuan Pengguna Islam Malaysia

CAKE

Persatuan Pengguna Kedah

CMCF

Forum Kandungan Komunikasi dan Multimedia Malaysia

1MOCC

1Malaysia One Call Center

PPDKT

Persatuan Pengguna Daerah Kuala Terengganu

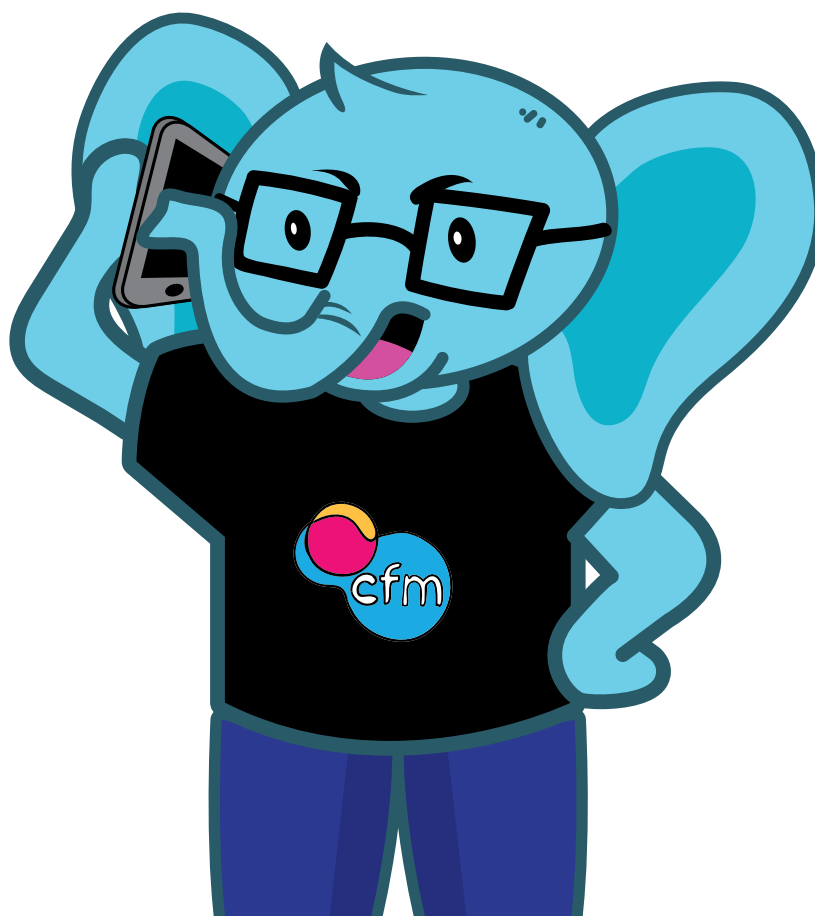
LAPORAN PORTAL ADUAN

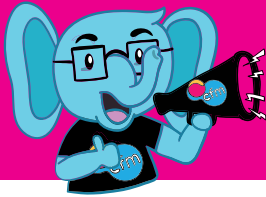
Portal Aduan CFM atau "CFM Complaint Portal" (CoP) adalah sistem pengurusan aduan mengenai perkhidmatan komunikasi dan multimedia dengan objektif membantu pengguna melaporkan aduan yang masih belum selesai secara terus kepada CFM. Portal dalam talian ini membantu pengguna, pegawai CFM dan wakil Penyedia Perkhidmatan menyelesaikan aduan tersebut tanpa penglibatan pihak luar.

CoP dibangunkan berdasarkan Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC), yang mengikut prosedur standard dalam mengendalikan aduan dan pertikaian pelanggan.

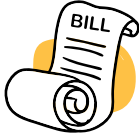
CoP membolehkan pengguna melakukan perkara berikut:

- Membuat aduan rasmi kepada Penyedia Perkhidmatan melalui CFM;
- Menyemak dan memantau status aduan pada bila-bila masa;
- Menyediakan dokumen rasmi mengenai punca aduan, memasukkan bukti sokongan dan mencadangkan penyelesaian;
- Menyenangkan proses aduan dengan cepat dan cekap (bergantung pada kerumitan aduan).





ADA ADUAN?



Bil Tinggi?



SMS tidak diminta?



TV tiada siaran?



Telefon tiada talian?



Tahukah anda sebagai pengguna?

Sebagai pengguna yang bertanggungjawab, ketahui saluran yang betul untuk menangani aduan anda. Pelbagai agensi & pihak berkuasa yang berlainan dilantik berdasarkan jenis perkhidmatan. Jadi, fahami dan jimatkan masa anda dengan melaporkan aduan kepada saluran yang betul.

Namun begitu, pengguna dinasihatkan supaya merujuk aduan kepada Penyedia Perkhidmatan terlebih dahulu, sebelum dipanjangkan kepada CFM jika masih tidak berpuas hati dengan penyelesaian yang diberikan. Berikut adalah kitaran aduan dan saluran yang pengguna boleh gunakan:



Kaedah Membuat Aduan



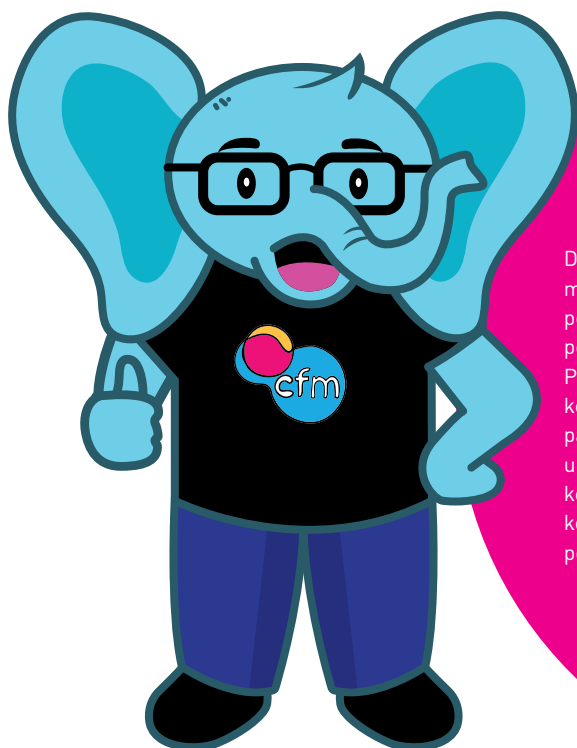
AKTIVITI CCMD PADA 2015

BIL	TARIKH	PROGRAM	PENGANJUR	PENYERTAAN
1	8 Jan	Sesi Taklimat untuk Kertas Rundingan Awam mengenai Perkhidmatan Kandungan Mobile dan Kod Ringkas Pesanan Teks	MCMC	CFM Member dan Sekretariat CCMD
2	15 Jan	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan Bil 01/2015	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
3	18 Feb	Mesyuarat bersama UiTM berbincang tentang persiapan laporan dan projek kaji selidik	CCMD	UiTM
4	26 Feb	Mesyuarat bersama Celcom berbincang tentang SOP Aduan	CCMD	CELCOM
5	10 Mac	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan Bil 02/2015	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
6	12 Mac	Mesyuarat bersama Maxis tentang pertikaian aduan	CCMD	MAXIS
7	18 & 19 Mac	Perkongsian Maklumat Industri di Kota Kinabalu	CFM	Sekretariat CCMD
8	23 Mac	Mesyuarat bersama UiTM – Kajian Aduan Pengguna	CCMD	UiTM
9	23 Mac	Mesyuarat bersama Digi – Aduan Tertunggak 2014 dan 2015	CCMD	Digi
10	15 Apr	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan (Bil 03/2015)	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
11	21 Apr	Sesi Perbincangan bersama delegasi UNCTAD di KPDNKK	KPDNKK	Sekretariat CCMD dan MCMC
12	27 Apr	Latihan mengenai aplikasi MY Mobile Rights	CPRD	Sekretariat CFM
13	7 Mei	Jemputan Forum “ An Insight into CREAMY Service” anjuran Pelajar UiTM Puncak Alam - Ijazah Sarjana Muda Perkhidmatan Pelanggan	UiTM	Pengerusi dan Sekretariat CCMD
14	20 Mei	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan (Bil 04/2015)	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
15	5 – 6 Jun	Sesi Perkongsian Maklumat bersama Penyedia Perkhidmatan di Port Dickson	CCMD	Semua Penyedia Perkhidmatan
16	16 Jun	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan (Bil 05/2015)	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD

BIL	TARIKH	PROGRAM	PENGANJUR	PENYERTAAN
17	23 Jun	Perbincangan bersama U Mobile tentang aduan tertunggak dan proses aduan	CCMD	UMOBILE
18	26 Jun	Perbincangan bersama YTL tentang aduan tertunggak dan proses aduan	CCMD	YTL
19	29 Jun	Perbincangan bersama Celcom tentang aduan tertunggak dan proses aduan	CCMD	CELCOM
20	6 Jul	Mesyuarat bersama PPIM dan MCMC - Pengendalian Aduan	MCMC	Sekretariat CCMD dan MCMC
21	9 Jul	Perbincangan bersama MCMC - Integrated System	MCMC	Sekretariat CCMD
22	14 Jul	Mesyuarat bersama Forest Interactive - SMS Solution	CCMD	Forest Interactive
23	22 Jul	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan Bil 06/2015	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
24	30 Jul	Majlis Pelancaran Maskot dan Logo CFM	CFM	Sekretariat CFM
25	5, 3, 12 Ogos	Mesyuarat bersama MCMC - Sistem Integrasi Pengurusan Aduan	MCMC	Sekretariat CCMD
26	20 Ogos	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan Bil 07/2015	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
27	11 & 12 Sept	Bengkel Sistem Integrasi Pengurusan Aduan bersama MCMC	MCMC	Sekretariat CCMD
28	12 & 13 Sept	Karnival dan Kejohanan #SAMPAIDENGANSELAMAT	MCMC	Sekretariat CCMD
29	15 Sept	Perjumpaan dan Perkongsian Maklumat Industri NGO dan Persatuan Pengguna Sarawak	CPRD	Sekretariat CCMD
30	17 Sept	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan Bil 08/2015		Biro/Sekretariat CCMD
31	1 Okt	Taklimat ADR bersama TTPM	CDMD	Sekretariat CCMD
32	9 Okt	Panel Kajian Perlindungan Kendiri Pengguna - UPM	UPM	Sekretariat CCMD
33	13 Okt	1. Bengkel kepenggunaan bersama FOMCA 2. Mesyuarat bersama MCMC - Mobile Content Subscription Working Group	FOMCA	Sekretariat CCMD

BIL	TARIKH	PROGRAM	PENGANJUR	PENYERTAAN
34	15 & 19 Okt	Bengkel Penyediaan SOP	CCMD	Sekretariat CCMD
35	21 Okt	1. Mesyuarat dengan Uitm – Kajian Aduan Pengguna 2. Mesyuarat bersama MCMC – Mobile Content Subscription Working Group	CCMD	Sekretariat CCMD
36	27 Okt	Taklimat 'Paper Review for Mandatory Standard for Wired / Wireless Broadband' oleh MCMC	CCMD	Sekretariat dan Biro CCMD
37	30 Okt	Mesyuarat bersama Vendor Kursus Khidmat Pelanggan	CCMD	Vendor
38	2 Nov	Pra-Mesyuarat dan Kemas Kini Aduan PPIM	MCMC	Sekretariat CCMD
39	4 Nov	Bengkel Menyemak Rangka Kerja Perkhidmatan Mobile Content	MCMC	Sekretariat CCMD
40	5 & 6 Nov	Front Line and Customer Service Training	ASL Training	Sekretariat CCMD
41	11 Nov	Mesyuarat bersama Padimas – SMS Integrated System	CCMD	Vendor
42	25 Nov	Mesyuarat Jawatankuasa Aduan dan Pematuhan Bil 01/2015-2017	CCMD	Biro/Sekretariat CCMD
43	9 Dis	MCMC ICMS - Reporting Requirement	MCMC	Sekretariat CCMD
44	10 Dis	Dealers Code of Conduct Meeting	CDMD	Sekretariat CCMD

MELANGKAH KE TAHUN 2016



Dalam usaha untuk melangkah ke tahun 2016 dengan lebih maju, CCMD akan mempertingkatkan lagi pemantauan pematuhan dengan lebih agresif dengan melakukan pemantauan terhadap iklan, brosur serta laman portal Penyedia Perkhidmatan. Pemantauan akan lebih difokuskan kepada prestasi penyelesaian aduan agar mematuhi garis panduan yang telah ditetapkan oleh Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC). Malah, kepentingan pengguna tetap diutamakan dengan menyediakan kemudahan untuk pengguna membuat aduan menerusi penghasilan Portal Aduan Mobile Web.

SEKRETARIAT CCMD

**Salabiah
Mohamad
Madnash**

Pengurus
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)





A portrait of Nur Madiha Che Ani, a woman wearing a pink hijab and a white long-sleeved shirt, standing with her arms crossed. The background features a large yellow circle and a smaller pink circle.

Nur Madiha Che Ani

Eksekutif
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)



A portrait of Akmal Azmanshah, a man with short dark hair, wearing a white short-sleeved shirt with a logo on the chest and dark trousers. He is smiling and has his arms crossed. The background features a large yellow circle and a smaller pink circle.

Akmal Azmanshah

Eksekutif
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)

A portrait of two individuals, a man and a woman, standing against a large yellow circular background. The man on the left is wearing a white short-sleeved shirt with a 'cfm' logo and dark trousers. The woman on the right is wearing a white long-sleeved shirt and a yellow hijab. Two blue circular callouts are overlaid on the image, one in the upper right and one in the lower left, containing their names and titles. There are also two smaller pink circles, one in the upper right and one in the lower left.

Ungku Azilah Ungku Aziz

Eksekutif
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)

Nazrien Nazli

Eksekutif
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)

A portrait of a woman wearing a red hijab and glasses, with a pink and white patterned scarf. She is wearing a light pink long-sleeved shirt and black pants. The background is a large yellow circle with a smaller pink circle partially visible behind her.

Jouhana Mansor

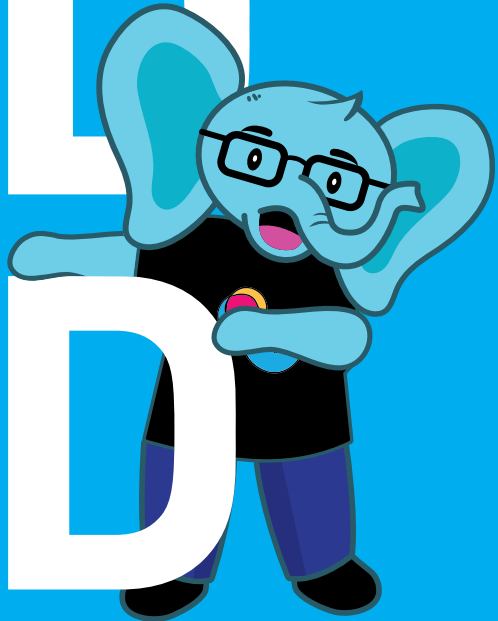
Eksekutif
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)

A portrait of a man with a beard and mustache, wearing a white long-sleeved shirt with a logo on the chest and black pants. The logo on the shirt features a colorful circle and the letters 'cfm'. The background is a large yellow circle with a smaller pink circle partially visible behind him.

Safwan Sabree

Eksekutif
Jabatan Pengurusan Aduan
dan Pematuhan
(CCMD)

CD
MD



Jabatan Korporat dan Kod

JAWATANKUASA KERJA CDMD 2015

KETUA JAWATANKUASA KERJA
MAXIS MOBILE SERVICES SDN BHD
(MAXIS)

CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)

PERSATUAN EKONOMI PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(MACFEA)

TUNE TALK SDN BHD
(TUNE TALK)

PERTUBUHAN PEMBIMBING
KEWANGAN PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(KPM)

JAWATANKUASA KERJA KOD AGEN DAN PENGEDAR

DIKETUAI OLEH
CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)

U MOBILE SDN BHD
(U MOBILE)

TELEKOM MALAYSIA
BERHAD
(TM)

MAXIS MOBILE
SERVICES SDN BHD
(MAXIS)

PACKET ONE NETWORKS (M)
SDN BHD
(KINI DIKENALI SEBAGAI
WEBE DIGITAL SDN BHD)
(P1)

DIGI
TELECOMMUNICATIONS
SDN BHD
(Digi)

ALTEL COMMUNICATIONS
SDN BHD
(ALTEL)

YTL COMMUNICATIONS
SDN BHD
(YTL)

red ONE NETWORK
SDN BHD
(red ONE)

MEASAT BROADCAST
NETWORK SYSTEMS
SDN BHD
(ASTRO)

MEDIA PRIMA BERHAD

XOX COM SDN BHD
(XOX)

TIME dotCom SDN BHD
(TIME)

JAWATANKUASA KERJA SEMAKAN SEMULA KOD AMALAN AM PENGGUNA UNTUK INDUSTRI KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA (GCC)

PEMATUHAN DAN RESOLUSI ADUAN

DIKETUAI OLEH
PERSATUAN PENGGUNA PULAU PINANG
(CAP)

CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)

PERSATUAN PENGGUNA KEDAH
(CAKE)

TELEKOM MALAYSIA BERHAD
(TM)

PRIVASI PENYEDIAAN MAKLUMAT

DIKETUAI OLEH
TELEKOM MALAYSIA BERHAD
(TM)

TUNE TALK SDN BHD
(TUNE TALK)

PACKET ONE NETWORKS (M) SDB BHD
(KINI DIKENALI SEBAGAI WEBE DIGITAL
SDN BHD)
(P1)

KESATUAN PERKHIDMATAN
PERGURUAN KEBANGSAAN MALAYSIA
(NUTP)

PERSATUAN KESELAMATAN PENGGUNA
KUALA LUMPUR
(PKPKL)

U MOBILE SDN BHD
(U MOBILE)

BIL DAN PENGIKLANAN

DIKETUAI OLEH
PERSATUAN EKONOMI PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(MACFEA)

UNIVERSITI KEBANGSAAN MALAYSIA
(UKM)

MEASAT BROADCAST
NETWORK SYSTEMS SDN BHD
(ASTRO)

DIGI TELECOMMUNICATIONS SDN BHD
(Digi)

PERSATUAN PEMILIK-PEMILIK
TELEFON BIMBIT MALAYSIA
(PERBIT)

PERTUBUHAN PEMBIMBING
KEWANGAN PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(KPM)

ALTEL COMMUNICATIONS SDN BHD
(ALTEL)



JAWATANKUASA KERJA “ALTERNATIVE DISPUTE RESOLUTION” (ADR)

**DIKETUAI OLEH
TELEKOM MALAYSIA BERHAD
(TM)**

**MAXIS MOBILE SERVICES SDN BHD
(MAXIS)**

**CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)**

**ALTEL COMMUNICATIONS SDN BHD
(ALTEL)**

**red ONE NETWORK SDN BHD
(red ONE)**

**U MOBILE SDN BHD
(U MOBILE)**

**MEASAT BROADCAST
NETWORK SYSTEMS SDN BHD
(ASTRO)**

**YTL COMMUNICATIONS SDN BHD
(YTL)**

**TIME dotCom SDN BHD
(TIME)**

**MALAYSIAN MOBILE CONTENT
PROVIDER ASSOCIATION
(MMCP)**

**PERSATUAN EKONOMI PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(MACFEA)**

**PERSATUAN KESELAMATAN
PENGGUNA KUALA LUMPUR
(PKPKL)**

**CONSUMER'S ASSOCIATION OF MIRI
(CAM)**

**PERSATUAN PENGGUNA
DAERAH KUALA TERENGGANU
(PPDKT)**

**PERSATUAN PENGGUNA
KOMUNIKASI DAN MEDIA MALAYSIA
(PEKOMA)**

**UNIVERSITI MULTIMEDIA
MALAYSIA
(MMU)**

**UNIVERSITI KEBANGSAAN
MALAYSIA
(UKM)**

**UNIVERSITI SAINS
ISLAM MALAYSIA
(USIM)**

JAWATANKUASA KERJA KAJIAN SEMULA PERLEMBAGAAN CFM

DIKETUAI OLEH

**ALTEL COMMUNICATIONS SDN BHD
(ALTEL)**

**MAXIS MOBILE SERVICES SDN BHD
(MAXIS)**

**PERTUBUHAN PEMBIMBING KEWANGAN
PENGGUNA DAN KELUARGA MALAYSIA
(KPM)**

**CELCOM AXIATA BERHAD
(CELCOM)**

**PERSATUAN EKONOMI PENGGUNA
DAN KELUARGA MALAYSIA
(MACFEA)**

**TELEKOM MALAYSIA BERHAD
(TM)**

**red ONE NETWORK SDN BHD
(red ONE)**

**TIME dotCom SDN BHD
(TIME)**

**NATIONAL COUNCIL OF WOMEN'S
ORGANISATIONS MALAYSIA
(NCWO)**

**PERSATUAN PENGGUNA PULAU PINANG
(CAP)**

RINGKASAN EKSEKUTIF CDMD

Jawatankuasa Penggubalan Kod dahulunya dikenali sebagai Jawatankuasa Penggubalan Kod, Pematuhan dan ADR, telah distruktur dan dinamakan semula pada Januari 2010. Jawatankuasa Kod yang dipengerusikan oleh Mahfuzah Azahari dari Maxis Mobile Services Sdn Bhd (menggantikan Hairunnisa Mohd Nasir dari Celcom Axiata Berhad berkuatkuasa 4 Ogos 2011) telah meneruskan usaha bagi memastikan Semakan Semula GCC dan penubuhan "Alternative Dispute Resolution: (ADR) di CFM dapat dilaksanakan.

Jawatankuasa Kerja Korporat dan Kod (atau juga kini dikenali sebagai Biro Korporat dan Kod) juga dipengerusikan oleh Maxis Mobile Services Sdn Bhd dan juga ahli-ahli Biro yang dianggotai oleh wakil dari kedua-dua belah pihak, iaitu pembekal seperti Celcom Axiata Berhad dan Tune Talk Sdn Bhd dan pihak permintaan seperti Pertubuhan Pembimbing Kewangan Pengguna & Keluarga Malaysia (KPM) dan Persatuan Ekonomi Pengguna dan Keluarga Malaysia (MACFEA). Pada tahun 2015, jawatankuasa itu terus memberi tumpuan kepada mekanisme ADR dalam CFM, semakan semula perlembagaan dan pemantapan standard operasi prosedur (SOP) sedia ada dan penggubalan SOP – SOP baru dalam meningkatkan prestasi CFM secara menyeluruh.

Pada tahun 2015, CFM akhirnya telah berjaya melengkapkan kesemua SOP untuk ketiga-tiga jabatan, iaitu CCMD, CDMD dan CPRD. SOP tersebut disediakan oleh kesemua Sekretariat CFM sendiri setelah menjalani kursus beserta latihan intensif bersama jurulatih luar. Metodologi yang diterapkan di dalam kursus tersebut ialah dengan mempelajari, membimbing dan melatih Sekretariat untuk melakukan SOP yang betul dan memberikan pengetahuan tambahan kepada Sekretariat tentang cara-cara untuk membangunkan SOP.

Kursus dan latihan dimulakan dengan kelas pengenalan pada 21 dan 22 September 2015 di CFM yang dihadiri oleh wakil daripada pengurus dan eksekutif setiap jabatan. Hasil daripada kursus beserta latihan intensif dua hari tersebut telah berjaya membantu Sekretariat memahami dan mempelajari tentang SOP dan langkah-langkah yang betul untuk menyediakannya. Seterusnya pada 13, 15 dan 19 Oktober 2016 bertempat di Hotel Pullman Kuala Lumpur, pembentangan kesemua SOP telah dilakukan dengan kehadiran Ketua Biro Jabatan masing-masing untuk menyemak dan memastikan SOP yang dihasilkan adalah tepat dan betul. Pada bulan Disember 2015, CFM telah berjaya menghasilkan kesemua SOP jabatan-jabatan secara komprehensif bagi memastikan kelancaran pengurusan operasi selain memastikan cara kerja disokong oleh piawaian.

CFM bergerak selangkah ke hadapan dengan mengadakan bengkel penyediaan KPI. Tujuan ianya diadakan ialah untuk mengkaji prestasi KPI 2014 untuk setiap jabatan, menetapkan KPI 2015/2016 untuk setiap jabatan, mengkaji KPI individu untuk 2014, merancang dan menentukan KPI individu untuk 2015/2016, menggalakkan kedua-dua pembangunan dan peningkatan individu dan pasukan dengan memberi tumpuan untuk mencapai matlamat CFM. Ia juga bertujuan untuk meningkatkan kerja pasukan dan persahabatan seperti kerjasama, komunikasi dan meningkatkan pemikiran kreatif serta fleksibel. Selain itu, ia diadakan bagi mengenal pasti jurang dalam kemahiran individu atau kolektif dan kebolehan bagi pembinaan keupayaan dan perkembangan bakat. Melalui KPI yang ditetapkan, ia menjadi pemangkin kepada pembangunan CFM untuk menyediakan persekitaran yang kondusif dalam industri komunikasi dan multimedia kepada pengguna.

Bengkel KPI CFM yang telah diadakan pada 4 – 6 September 2015 di Amverton Cove Golf & Island Resort telah berjaya mencapai tujuan dan matlamatnya. Sekretariat dapat memahami apa yang perlu dilakukan dan dicapai bagi tahun 2015/2016 serta dapat menghayati haluan dan sasaran CFM pada tahun tersebut. Selain daripada itu, sekretariat juga dapat bekerja sebagai satu pasukan untuk mencapai matlamat yang dikongsi agar setiap jabatan dan individu mempunyai visi yang jelas mengenai pelan individu dan jabatan mereka. Sekretariat juga dapat mengetahui dengan jelas akan arah tuju mereka berdasarkan prestasi KPI 2015 bagi setiap jabatan dan individu.

JAWATANKUASA KERJA PENGGUBALAN KOD 2015

Tahun 2015 telah memperlihatkan pelaksanaan aktiviti-aktiviti oleh Jawatankuasa Kerja Penggubalan Kod bagi memastikan misi dan objektif seperti yang terkandung di dalam perlembagaan CFM dapat dicapai. Tumpuan utama Jawatankuasa Kerja Penggubalan Kod adalah melengkapkan Semakan Semula Kod Amalan Pengguna (GCC), penyediaan draf akhir Kod Agen dan Pengedar, penubuhan "Alternative Dispute Resolution" (ADR), dan Semakan Semula Perlembagaan CFM.

Pada mesyuarat agung ke-14 28 Oktober 2015, ahli-ahli CFM telah bersetuju agar EGM diadakan untuk memuktamadkan semakan perlembagaan. Semakan dan penambahbaikan perlembagaan CFM telahpun mencapai keputusan muktamad. Perlembagaan yang berusia 14 tahun tersebut telah selesai disemak sepenuhnya pada 18 Disember 2015 untuk dibentangkan di dalam Mesyuarat Agung 2016.

Pada mesyuarat agung 2015 juga, pilihan raya bagi pemilihan Ahli Majlis bagi sesi 2015-2017 telah diadakan dengan jayanya dan ahli-ahli majlis yang baru telah diperkenalkan.

Bengkel penetapan KPI CFM juga telah diadakan pada 4 hingga 6 September 2015 bersama Sekretariat CFM serta Ketua Biro Jabatan bagi merencanakan perjalanan dan lebih memfokuskan urus tadbir sekretariat.

CFM juga terlibat di dalam perbincangan kajian semula Akta Komunikasi dan Multimedia 1998 kerana sebagai salah satu forum di bawah kawal selia Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC), ianya amat penting bagi pemantapan dan penambahbaikan akta tersebut.

Untuk tahun 2016, Jawatankuasa Kerja telah merancang beberapa aktiviti termasuklah melengkapkan pendaftaran Semakan Semula GCC, Pendaftaran Kod Agen dan Pengedar dan pelaksanaan "Alternative Dispute Resolution" (ADR).



AKTIVITI PENGGUBALAN KOD

SEMAKAN SEMULA
KOD AMALAN AM
PENGGUNA UNTUK
INDUSTRI KOMUNIKASI
DAN MULTIMEDIA
(GCC)

KESEDARAN
KOD AMALAN AM
PENGGUNA UNTUK
INDUSTRI KOMUNIKASI
DAN MULTIMEDIA
(GCC)

KOD AGEN
DAN PENGEDAR

"ALTERNATIVE DISPUTE
RESOLUTION"
(ADR)

KAJIAN SEMULA
PERLEMBAGAAN CFM

PROSEDUR OPERASI
STANDARD BAGI
SEMUA JABATAN

MELANGKAH KE TAHUN 2016



Tahun 2016 merupakan tahun pemerksaan melalui pemantapan penyelarasan kod dan penetapan subkod-subkod relevan, termasuklah semua Kod-Kod Mandatori. Malah, tahun ini juga merupakan tahun pengukuhan pelaksanaan ADR dan penambaiakan pengurusan sekretariat.

SEKRETARIAT CDMD

**Mohd Sofian
Idrus**

Eksekutif
Jabatan Korporat dan Kod
(CDMD)

**Mohd Hanif
Ghazali**

Eksekutif
Jabatan Korporat dan Kod
(CDMD)

Kartini Hasbi

Pengurus
Jabatan Korporat dan Kod
(CDMD)





**Norzehan
Zainudin**

Penyambut Tetamu
Jabatan Korporat dan Kod
(CDMD)

Nazierah Nazli

Pembantu Tadbir
Jabatan Korporat dan Kod
(CDMD)



**Jabatan Komunikasi
dan Perhubungan Awam**

JAWATANKUASA KERJA CPRD 2015

**KETUA BIRO
TUNE TALK SDN BHD
(TUNE TALK)**

**AHLI BIRO
MEDIA PRIMA BERHAD**

**AHLI BIRO
PERSATUAN PENGGUNA KEDAH
(CAKE)**

SEHINGGA 16 JUN 2015

**KINI DIAMBIL ALIH OLEH
MALAYSIA MOBILE CONTENT
PROVIDER ASSOCIATION
(MMCP)**

**AHLI BIRO
PERTUBUHAN PEMBIMBING KEWANGAN
PENGGUNA DAN KELUARGA MALAYSIA
(KPM)**

SEHINGGA 16 JUN 2015

**KINI DIAMBIL ALIH OLEH
PERSATUAN PENGGUNA KOMUNIKASI DAN
MEDIA MALAYSIA
(PEKOMA)**

RINGKASAN EKSEKUTIF CPRD

Bagi aktiviti-aktiviti Komunikasi dan Perhubungan Awam, CPRD iaitu Jabatan Komunikasi dan Perhubungan Awam memegang tanggungjawab bagi semua pelan komunikasi dan pelaksanaannya. Diterajui oleh satu jawatankuasa yang terdiri daripada ahli-ahli CFM dan dibantu oleh sekretariat CPRD bagi proses pelaksanaan aktiviti.



AKTIVITI PENJENAMAAN SEMULA

Bagi tahun 2015, Biro CPRD meneruskan aktiviti penjenamaan semula yang diusahakan pada 2014 bagi mengukuhkan jenama CFM. Kemuncak aktiviti ini adalah dengan pelancaran logo baru dan maskot CFM pada 30 Julai 2015 kepada orang awam.

AKTIVITI MEDIA SOSIAL

Aktiviti penjenamaan semula CFM di promosikan dengan giat sekali melalui akaun media sosial CFM iaitu Facebook, Twitter dan Instagram. Kenaikan yang melebihi 100% dapat dilihat dari kempen-kempen dan aktiviti-aktiviti yang diadakan.

AKTIVITI MEDIA

Selain dari itu, biro CPRD juga menekankan aktiviti media tradisional bagi meningkatkan promosi dan pengetahuan orang awam terhadap jenama CFM. Liputan media cetak mencapai kenaikan dari 7 liputan media pada tahun 2014 kepada 206 liputan media pada tahun 2015 dengan topik-topik yang mengutamakan pengguna. Liputan dari medium televisyen dan radio juga menampakkan kenaikan terutamanya berkaitan perlaksanaan GST yang dikenakan kepada pengguna perkhidmatan prabayar pada April 2015.

PROGRAM KESEDARAN

Program kesedaran CFM yang berbentuk pameran, ceramah didapati berkurangan bagi tahun 2015. Ini adalah kerana, aktiviti bertemu pelanggan melalui pameran PIKOM yang menjadi salah satu platform bertemu pengguna ditangguhkan oleh pihak penganjur.

Namun aktiviti seperti Sesi Perkongsian Industri diteruskan di dua buah negeri iaitu Sabah dan Sarawak. Sesi "Meet and Greet with the Local NGO" juga memberi peluang CFM untuk mengenali lebih rapat lagi wakil NGO tempatan dan mendengar sendiri isu semasa telekomunikasi kawasan mereka.

SHOUT!

"SHOUT!" diteruskan lagi dengan jumlah yang sama iaitu 32,000 salinan mengikut negeri.

Namun begitu, pihak biro telah meluluskan sistem edaran yang disisipkan bersama surat khabar tempatan bagi aktiviti penjimatan kos. Edarannya berdasarkan senarai negeri yang telah ditentukan oleh pihak Biro.

AKTIVITI KEAHLIAN

Bagi tahun 2015, keahlian CFM meningkat kepada 5 ahli yang terdiri dari 3 dari pembekal perkhidmatan, 1 dari permintaan manakala 1 dari individu.

Namun jumlah keseluruhan ahli CFM masih sama iaitu seramai 43 ahli disebabkan oleh penutupan operasi oleh 2 ahli CFM iaitu;

1. JARING Communications Sdn Bhd
2. Pernecc Integrated Network System Sdn Bhd

AHLI BARU CFM 2015

Respon yang baik diterima daripada pemain industri untuk aktiviti-aktiviti yang dilakukan oleh CFM. Justeru, pada tahun 2015, terdapat lima (5) ahli baru telah menyertai CFM.

XOX COM SDN BHD

MERCHANTRADE ASIA SDN BHD

M MODE MOBILE SDN BHD

**PERSATUAN PENGGUNA KOMUNIKASI
DAN MEDIA MALAYSIA
(PEKOMA)**

MUHAMMAD FAISAL BIN MASLAN

LAPORAN AKTIVITI CPRD

Menyelusuri tahun 2015, dalam usaha memperkenalkan CFM kepada masyarakat dan memberi kesedaran tentang keberkesanan kewujudan CFM dalam membantu orang ramai menyelesaikan masalah telekomunikasi mereka, CFM telah pun mengadakan dan menyertai 33 aktiviti. Aktiviti ini termasuk Sesi Perkongsian Maklumat Industri, mesyuarat bersama ahli yang berpotensi dan program bersama organisasi dalam bidang komunikasi dan multimedia.

Berikut adalah aktiviti sepanjang tahun 2015.

BIL	TARIKH	ACARA CFM
1	20 Mac	Sesi Perkongsian Maklumat Industri, Kota Kinabalu
2	22 – 23 Mei	World Telecommunication and Information Society Day
3	10 Jul	Pemberian Bubur Lambuk di LRT Masjid Jamek
4	30 Jul	Majlis Pelancaran Logo dan Maskot CFM serta Majlis Rumah terbuka
5	15 Sept	Sesi Perkongsian Maklumat Industri, Kuching Sarawak

BIL	TARIKH	PAMERAN DAN CERAMAH
1	26 Jan	Hari Organisasi Mahasiswa dan Karnival belia
2	23 – 26 Feb	Campus Youth Carnival
3	4 Mac	Program Pendidikan Pengguna
4	9 -12 Mac	Campus Youth Carnival Utem Melaka
5	15 Mac	Perasmian Pusat Internet 1 Malaysia , Linggi
6	20 – 22 Mac	Pikom PC Fair, Kota Kinabalu
7	27-29 Ogos	KL Converge 2015
8	12 – 13 Sept	Karnival Sampai dengan Selamat
9	23 Sept	Ceramah jemputan NUTP
10	7 – 8 Nov	Jelajah Jejak Digital Bintulu dan Perasmian PI1M Kg Jepak
11	28 Nov	Program Advokasi MCMC Masjid Tanah Melaka
12	8 – 12 Dis	Pameran di Perhimpunan Agong UMNO
13	15 Dis	Seminar Kolaborasi Penyelidikan 2015 MCMC
14	20 Dis	Kejohanan Debat MCMC

BIL	TARIKH	MESYUARAT BERSAMA ORGANISASI BERPOTENSI
1	17 Apr	Mesyuarat bersama Perdana Global Peace Foundation
2	20 Apr	Mesyuarat bersama Merchatrade Asia Sdn Bhd
3	24 Jun	Mesyuarat bersama Tron
4	1 Jul	Mesyuarat bersama Frenedi
5	15 Sept	Perjumpaan bersama NGO Sarawak

BIL	TARIKH	KEMPEN MEDIA SOSIAL
1	2 – 31 Mac	Pertandingan Menamakan Maskot CFM
2	20 Jun – 5 Jul	Peraduan #nakCFMmoneypacket
3	13 – 18 Jul	Dubsmash dan video selebriti

BIL	TARIKH	ACARA – ACARA LAIN
1	2 Apr	Mesyuarat kenyataan Media mengenai GST bersama penyedia perkhidmatan
2	27 Apr	Latihan aplikasi MY Mobile Right
3	15 Mei	Taklimat MY Mobile bersama penyedia perkhidmatan
4	22 Jun	Majlis berbuka puasa bersama Datuk Sheikh Muzafar
5	24 Jun	Lawatan ke iM4U radio
6	15-19 Okt	Mesyuarat semakan perlembagaan

LIPUTAN MEDIA CFM 2015

Tahun 2015 merupakan pencapaian yang membanggakan bagi CFM kerana peningkatan liputan media telah melebihi seribu peratus berbanding tahun sebelumnya. Dengan pelbagai isu industri komunikasi dan multimedia melibatkan pengguna yang diketengahkan oleh CFM, ia mendapat perhatian daripada pihak media. Tahun 2015 juga memperlihatkan CFM membina jenama sebagai platform rujukan kepada pihak media bagi sebarang isu komunikasi dan multimedia dan hak pengguna dalam industri berkenaan.

CFM telah mendapat liputan media sebanyak 206 sepanjang tahun 2015 di pelbagai saluran tempatan termasuk akhbar, televisyen, radio, portal berita atas talian (online news), blog

dan majalah melalui isu-isu dalam siaran akhbar yang telah dikeluarkan oleh CFM. Berita-berita yang telah disiarkan di pelbagai saluran tersebut juga mempunyai audiens yang berbeza.

Daripada jumlah liputan media tersebut, sebanyak 8 temubual khas dijalankan bersama program TV dan radio.

Isu yang paling banyak mendapat liputan media bagi tahun 2015 adalah mengenai Cukai Barang dan Perkhidmatan (GST) ke atas perkhidmatan tambah nilai prabayar kerana ia merupakan pelaksanaan GST kali pertama di Malaysia.

Jumlah liputan media CFM bagi tahun 2015 mengikut kategori adalah seperti berikut:

SURAT KHABAR

49



TV

7



RADIO

7



PORTAL BERITA ATAS TALIAN

109



BLOG

33



MAJALAH

1



Inisiatif berterusan daripada CFM ini diharap dapat dijadikan rujukan oleh pihak media sebagai usaha untuk melindungi pengguna dan membawa penambahbaikan kepada industri.

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
1	20 Mac	The Borneo Post	Nurturing Smart Consumers Via Knowledge Sharing Session
2	2 Apr	New Straits Times	GST For Some Telco Prepaid Service
3	2 Apr	New Straits Times	CFM Confident of Smooth GST Implementation in Communications, Multimedia Sector
4	2 Apr	The Star	Telcos: Six Months To Switch To Usage -Based Charge For Prepaid
5	31 Jul	The Star	Star Rating System For Telco Industry
6	31 Jul	Utusan Malaysia	MCMC Bakal Perkenal Penarafan
7	31 Jul	Sin Chew Daily	Stop Speculating On Debris Discovery
8	31 Jul	Kosmo	MH370: Jangan Buat Spekulasi Penemuan Serpihan Bangkai Pesawat
9	5 Ogos	Harian Metro	Pulang Balik kepada pengguna - KMM mahu syarikat telekomunikasi lebih serius selesai aduan
10	16 Sept	The Borneo Post	CFM to continue conducting knowledge -sharing sessions
11	16 Sept	New Sarawak Tribune	CFM receives 73 complaints on multimedia services in Sarawak
12	16 Sept	United Daily News (Chinese)	Poor service and poor coverage, number one communication and multimedia issues haunts Sarawak
13	5 Nov	New Straits Times	Consumer groups urging for full refunds
14	9 Nov	New Straits Times	Telcos warned over unsolicited content
15	13 Nov	Berita Harian	Aduan kes SMS tidak diminta meningkat
16	14 Nov	Utusan Malaysia	Kes SMS tidak diminta pengguna meningkat
17	14 Nov	Daily Express	Increase in complaints on unwanted SMS
18	14 Nov	The Borneo Post	Increase in complaints over unwanted SMS
19	14 Nov	Nan Yang Siang Pau	Beware of Junk SMS
20	14 Nov	China Press	More complaints of Mobile Signal Disturbance
21	14 Nov	Sin Chew Daily	630 complaints in September for the first 9 months
22	28 Nov	Utusan Malaysia	Tips Persediaan Musim Banjir kepada Pengguna Perkhidmatan Mudah Alih

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
23	28 Nov	Sinar Harian	Tip CFM ketika hadapi banjir
24	29 Dis	Berita Harian	Rebat prabayar setahun
25	29 Dis	Kosmo	Telco beri rebat kad prabayar sepanjang tahun 2016
26	29 Dis	Utusan Malaysia	Syarikat Telekomunikasi beri rebat prabayar tahun depan
27	29 Dis	The Star	Pre-paid reloads to get GST rebate
28	29 Dis	The Sun	Prepaid users to get GST rebate
29	29 Dis	Utusan Borneo Sarawak	Rebat kepada pelanggan prabayar tahun depan
30	29 Dis	New Sabah Times (Bahasa)	CFM: Syarikat telekomunikasi akan beri rebat kepada pelanggan prabayar tahun depan
31	29 Dis	Oriental Daily News	Mobile Top-up voucher GST rebate by talktime
32	29 Dis	Malay Mail	Rebate for prepaid customers
33	29 Dis	The Borneo Post (KK)	GST rebates for prepaid customers next year
34	29 Dis	The Borneo Post (Kuching)	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year - CFM
35	29 Dis	New Sabah Times (English)	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year
36	29 Dis	New Sarawak Tribune	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year
37	29 Dis	The Edge Financial Daily	Mobile phone prepaid users to get rebates for GST charges from Friday
38	29 Dis	Nan Yang Siang Pau	Prepaid user to enjoy rebate effective next month
39	29 Dis	Kwong Wah Yit Poh	There is no need to pay for extra GST
40	29 Dis	Sin Chew Daily	Users will get 6 percent rebate for mobile top-up within 24 hours
41	29 Dis	Guang Ming Daily	Top-up reload to get 6 percent rebate within 24 hours
42	30 Dis	Utusan Malaysia	Pelanggan prabayar terima manfaat
43	30 Dis	Utusan Malaysia	Kaedah pemberian rebat prabayar rumitkan
44	30 Dis	Utusan Malaysia	Tempoh 24 jam bayar rebat prabayar terima reaksi negatif
45	30 Dis	Sinar Harian	Rebat prabayar sempena tahun baharu

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
46	30 Dis	Sinar Harian	Rebat prabayar hanya penyelesaian sementara
47	30 Dis	Oriental Daily News	Benefiting 20 million users
48	30 Dis	China Press	Telco Company Still the Winner
49	31 Dis	Utusan Malaysia	Pelaksanaan rebat kad tambah nilai melegakan pengguna

TV

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN / TEMU BUAL
1	20 Mac	RTM 1	Memupuk Pengguna Bijak Melalui CFM
2	15 Mei	Analisis Awani	Analisis Awani - Peranan CFM dan MY Mobile Rights
3	29 Mei	Nasi Lemak Kopi O`	Peranan CFM - Slot Tamu (Siaran Langsung)
4	31 Jul	NTV7 - 7 Edition	Wait For The Official Word
5	16 Sept	RTM 1 - Berita Wilayah	Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM di Sarawak / Tribunal Pengguna
6	28 Dis	Buletin Utama, TV3	Rebat kepada pelanggan mulai tahun depan
7	28 Dis	Berita TV9, TV9	Rebat kepada pelanggan mulai tahun depan

RADIO

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN / TEMU BUAL
1	18 Mac	Sabah FM	Peranan CFM, Aduan-aduan Panas diterima CFM dan Pelaksanaan GST ke atas perkhidmatan telekomunikasi
2	14 Jul	iM4U FM	Apa itu CFM? (Siaran Langsung)
3	10 Sept	Cats FM	Aduan-aduan Panas diterima CFM dan Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM di Sarawak (Rakaman)
4	14 Sept	SarawakFM	Aduan-aduan Panas diterima CFM dan Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM di Sarawak (Siaran Langsung)
5	16 Sept	Radio RTM Sarawak (6 CHANNEL)	Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM di Sarawak // Tribunal Pengguna
6	28 Okt	Bernamea Radio 24	Kualiti Perkhidmatan dan Liputan antara aduan paling tinggi diterima CFM
7	26 Nov	Sinar FM	Perkembangan banjir di seluruh negara

PORTAL BERITA ATAS TALIAN

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
1	20 Mac	Daily Express	Telcos can be penalised for below par services
2	2 Apr	Bernamea	CFM Yakin Perlaksanaan CBP yang lancar dalam Sektor Komunikasi Dan Multimedia
3	2 Apr	Bernamea	CFM Confident of Smooth GST Implementation in Communications, Multimedia Sector
4	2 Apr	Malaysian Insider	No Price Increase For Postpaid, Prepaid Mobile
5	2 Apr	Malaysian Insider	Putrajaya Warns Telcos Against Charging GST on Mobile Services
6	2 Apr	Malaysian Insider	Tiada Kenaikan Harga Untuk Pasca Bayar Prabayar Telefon Bimbit
7	2 Apr	Malay Mail	Deputy Miniters Vows Reprisal As Telcos Raise Top Up Prices Despite His Assurance
8	2 Apr	The Rakyat Post	No Change In Prepaid Reload Pricing
9	2 Apr	Coffee Ticks	6 Things We Know About Prepaid Reload Pricing Remains After GST Implementation

PORTAL BERITA ATAS TALIAN

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
10	2 Apr	Sinar Harian Online	Yakin GST Lancar Dalam Sektor Komunikasi
11	2 Apr	Berita Awani	Harga Tambah Nilai Prabayar Tidak Berubah
12	2 Apr	The Borneo Post	No Price Increase For Postpaid, Prepaid Mobile Services
13	2 Apr	The Borneo Post	Ministry To Clear Confusion On GST For Reload Cards
14	2 Apr	Malay Mail Online	Telcos Can Be Brought To Court If Prices Hiked After GST, Deputy Minister Warns
15	2 Apr	The Sun Daily	Telco Goods, Services Subject To GST
16	2 Apr	The Sun Daily	Telco Taking Advantage Of GST To Increase Prices
17	2 Apr	Daily Express	Telcos Should Not Be Charging GST: Hassan
18	2 Apr	Yahoo Singapore	Telcos Brought Court Prices Hiked GST Deputy Minister
19	2 Apr	Bernamea	Telcos Pledge To Deliver 'RM10-For-RM10', More Affordable Packages
20	2 Apr	New Straits Times	Telcos Adhere To Ministry's Directive, Need 6 Months To Reconfigure System
21	2 Apr	The Edge Markets	Telcos Biggest Winner In GST Prepaid Issue
22	2 Apr	Free Malaysia Today	Telcos Commit To 'RM10 For RM10' Formula On Prepaid Cards
23	2 Apr	Kini Biz	Malaysia GST
24	2 Apr	The Malay Mail Online	Telcos To Offer More Affordable Packages On 'RM10-For-RM10' Formula
25	2 Apr	Best Asian News	Telco Formula Affirmations Like 'Buy RM10, RM10 Can'
26	2 Apr	Press Reader	Syarikat Telekomunikasi Ikrar Laksana 'Beli RM10, Dapat RM10,' Perbanyak Pakej Mampu Milik
27	2 Apr	Bernamea	CFM MY Mobile Rights: Strive For Better Self-Serve Consumer Experience
28	2 Apr	Bernamea	CFM Anjur "Doodle Maraton 12 Jam!" Pertama di Malaysia
29	2 Apr	Malaysian Insider	Sleepless Night For Doodle Marathoners
30	11 Jul	Bernamea	CFM Agih Bubur Lambuk Kepada Pengguna di Kuala Lumpur
31	31 Jul	Bernamea	Syarikat Telco Bakal Diberi Penarafan Bintang - Jailani Johari
32	31 Jul	Bernamea	Stop Speculating On Discovery Of Aircraft Debris

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
33	31 Jul	Bernamea	Celebrates #CFMmeriahRAYA Open House With The Launching Of CFM New Logo And Mascot
34	31 Jul	Bernamea	Celebrates #CFMmeriahRAYA Open House With The Launching Of CFM New Logo And Mascot
35	31 Jul	Sinar Harian	Syarikat Telco Bakal Diberi Penarafan Bintang - Jailani Johari
36	31 Jul	The Star Online	Star Rating System For Telco Industry
37	31 Jul	Utusan Online	MCMC Bakal Perkenal Penarafan
38	31 Jul	Borneo Post Online	MCMC To Introduce Star-Rating System For Telcos
39	31 Jul	Sin Chew Daily Online	Stop Speculating On Debris Discovery
40	31 Jul	Berita RTM Online	Syarikat Telco Bakal Diberi Penarafan Bintang - Jailani Johari
41	31 Jul	Kosmo Online	MH370: Jangan Buat Spekulasi Penemuan Serpihan Bangkai Pesawat
42	15 Sept	Bernamea	"Consumer Empowerment in Sarawak" Promise with CFM Industry Knowledge Sharing Session
43	15 Sept	Bernamea	Memperkasa Pengguna di Sarawak melalui Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM
44	15 Sept	Jabatan Penerangan Sarawak	Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia Malaysia - KSS Sarawak
45	16 Sept	Sarawak Tribune Online	CFM receives 73 complaints on multimedia services in Sarawak
46	16 Sept	mediapermata.com	Memperkasa pengguna di Sarawak
47	16 Sept	msn.com	Consumer empowerment in Sarawak promise with CFM Industry Knowledge Sharing Session
48	16 Sept	United Daily News Online (Chinese)	Poor service and poor coverage, number one communication and multimedia issues haunts Sarawak
49	17 Sept	Borneo Post Online	Confusing, misleading advertisements by telcos irk consumers
50	17 Sept	Borneo Post Online	Isu perkhidmatan telekomunikasi dihadapi pengguna meningkat
51	17 Sept	My Sarawak	CFM to continue conducting knowledge sharing sessions
52	5 Okt	Bernamea Web	CFM Interviewed by BERNAMA about CFM roles at BERNAMA Media Showcase, Seri Pacific Hotel

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
53	28 Okt	The Malaysian Insider	Consumer group says poor service, coverage top complaints againts telcos
54	28 Okt	The Edge Markets	Consumer group says poor service, coverage top complaints againts telcos
55	29 Okt	Digital News Asia (DNA)	Service providers lax on complaints, FM wants review
56	29 Okt	Bernama	CFM reflect on 15th Annual General Meeting - Welcomes new Board of Councillors
57	29 Okt	Bernama	Mesyuarat Agung Tahunan CFM ke-15 - Pelantikan barisan Ahli Majlis yang baharu
58	30 Okt	Bernama (Biz)	Poor service, Coverage top complaints against telcos - CFM
59	30 Okt	Lifestyle dan Youth Bernama	Poor service, Coverage top complaints against telcos - CFM
60	13 Nov	Bernama	CFM taking initiative to address unsolicited SMS issue
61	13 Nov	Bernama	Jumlah aduan kes SMS tidak diminta meningkat sehingga September tahun ini
62	13 Nov	Bernama Mrem	Inisiatif CFM dalam menangani kes SMS yang tidak diminta yang dihadapi oleh pengguna di Malaysia
63	13 Nov	Bernama Mrem	CFM initiatives on reporting of unsolicited SMS in Malaysia
64	16 Nov	Digital News Asia (DNA)	Spam SMS on the rise in Malaysia, CFM steps in
65	17 Nov	lowyat.net	CFM: Unsolicited SMS in Malaysia increases every year
66	18 Nov	Malaysian Digest	CFM: Unsolicited SMS in Malaysia increases every year
67	26 Nov	Bernama	CFM offers tips for consumers during floods
68	26 Nov	Bernama	CFM communication tips for consumers during flood in Malaysia
69	26 Nov	Bernama	Tip CFM buat pengguna semasa menghadapi banjir
70	26 Nov	Mynewshub	Banjir: Talian komunikasi terjejas kerana ramai guna media sosial
71	26 Nov	The Skop	Panduan berkomunikasi di waktu bencana bersama CFM
72	28 Nov	Malaysian Wireless	CFM: Mobile communication tips during flood in Malaysia

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
73	28 Dis	Bernama	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year
74	28 Dis	Bernama	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers from 1 January 2016 until 31 December 2016
75	28 Dis	Bernama	Syarikat Telekomunikasi akan beri rebat kepada pelanggan prabayar tahun depan
76	28 Dis	Bernama	Syarikat-syarikat telekomunikasi akan memberi rebat kepada pelanggan prabayar Malaysia bermula 1 Januari sehingga 31 Disember 2016
77	28 Dis	Berita Harian Online	Telco beri rebat GST mulai 1 Januari
78	28 Dis	The Star Online	Telcos to provide GST rebates to Malaysian prepaid users for one year
79	28 Dis	Malaysia Kini	One-year GST rebates for mobile prepaid users
80	28 Dis	Malay Mail Online	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year
81	28 Dis	The Edge Markets	Mobile phone prepaid users to get rebates for GST charges beginning Friday
82	28 Dis	The Sun Daily	Telcos to give rebates to prepaid customers
83	28 Dis	Astro Awani Online	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year
84	28 Dis	Malaysian Access	Telco beri rebat GST mulai tahun depan
85	28 Dis	The Journal Observer	One-year GST rebates for mobile prepaid users
86	28 Dis	abruzzo.tv	33 mil Malaysian prepaid users to enjoy year-long rebate
87	28 Dis	malaysiashafaqna.com	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year
88	28 Dis	Examiner Times	Prepaid users will get GST rebates within 24 hours in 2016
89	28 Dis	leaderstandard.com	Prepaid customers to enjoy GST rebate for one year
90	28 Dis	pasionsports.com	Mobile phone prepaid users to get rebates for GST charges beginning Friday
91	28 Dis	Kini Biz Online	Telcos to give rebates for prepaid customers in 2016
92	29 Dis	Kosmo Online	Telco beri rebat kad prabayar sepanjang tahun 2016
93	29 Dis	The Star Online	Pre-paid reloads to get GST rebate

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
94	29 Dis	NST Online	33 mil Malaysian prepaid users to enjoy year-long rebates next year
95	29 Dis	The Malaysian Insider	Just zero-rate mobile prepaid reloads, PKR urges Putrajaya
96	29 Dis	Malay Mail Online	Pelanggan prabayar dapat rebat tahun depan
97	29 Dis	Borneo Post Online	Telcos to give rebates to Malaysian prepaid customers next year - CFM
98	29 Dis	Sinar Harian Online	20 juta rakyat nikmati rebat GST kad prabayar
99	29 Dis	Utusan Malaysia Online	Syarikat Telekomunikasi beri rebat prabayar tahun depan
100	29 Dis	Malaysia Wireless	Prepaid GST rebates starting 2016, Prepaid reload pricing back to normal
101	29 Dis	The Rakyat Post	GST rebate for prepaid reloads from Jan 1
102	29 Dis	Yahoo News Singapore	33 mil Malaysian prepaid users to enjoy year-long rebates next year
103	29 Dis	Lipstiq Malaysia	Telcos are providing GST rebates for Malaysian prepaid users for 1 year
104	29 Dis	Guang Ming Daily	CFM - GST prepaid rebate
105	29 Dis	nanyang.com	CFM - GST prepaid rebate
106	29 Dis	China Press	CFM - GST prepaid rebate
107	30 Dis	The Utusan Malaysia Online	Pelanggan prabayar terima manfaat
108	30 Dis	My Sin Chew	CFM - Rebat GST kad prabayar
109	30 Dis	Nan Yang Siang Pau Online	CFM - Pembayaran rebat GST

BLOG

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
1	2 Mac	Sensasi Selebriti	Peraduan Menang iPhone 6 "Name the CFM Mascot and Win"
2	2 Apr	Soya Cincau	GST Will Be Affecting Your Mobile Expenditure
3	2 Apr	Lowyat	Prepaid Reload Cuopons Subject To 6% GST Charges
4	2 Apr	Hasrulhassan	Harga Baru GST Top Up Maxis,Celcom, Altel
5	2 Apr	Malaysian Wireless	Prepaid Reload Pricing Telcos 6% GST
6	2 Apr	Your Financial Blog	My First GST Purchase
7	2 Apr	The Skop	Prabayar Dan Pascabayar Sama-Sama Bayar GST
8	2 Apr	Malaysians Must Know The Truth	Putrajaya Warns Telco Against Raising Prices Of Mobile Services
9	2 Apr	GST Malaysia Info	Telcos Pledge To Deliver 'RM10-For-RM10', More Affordable Packages
10	2 Apr	Malaysian Wireless	Prepaid Calls/SMS/Internet Pricing To Increase 6% With GST in 6 Months
11	2 Apr	Lowyat	Communications And Multimedia Consumer Forum of Malaysia Announce CFM MY Mobile Rights App
12	2 Apr	Amanz	Aplikasi MY Mobile Rights daripada CFM Sedia Dimuat-Turun oleh Pengguna Android
13	11 Jul	Sensasi Selebriti	Projek Istimewa Ramadan CFM Agih Bubur Lambuk
14	31 Jul	The Skop	Beri Telco Bintang, Sistem Taraf Macam Hotel
15	28 Okt	Aileen A.Dixon	Consumer group says poor service, coverage top complaints againts telcos
16	13 Nov	Berita Harian metro.net	Aduan kes SMS tidak diminta meningkat
17	13 Nov	Kini Biz	CFM to address unsolicited SMS issue
18	13 Nov	topix.com	CFM initiatives on reporting of unsolicited SMS in Malaysia
19	17 Nov	News United	CFM: Unsolicited SMS in Malaysia increases every year
20	17 Nov	The Social Mail Man	CFM: Unsolicited SMS in Malaysia increases every year
21	18 Nov	Malaysia News	CFM: Unsolicited SMS in Malaysia increases every year
22	26 Nov	Soya Cincau	6 tips to stay connected during floods

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
23	26 Nov	topix.com	CFM communication tips for consumers during flood in Malaysia
24	28 Dis	toknek.com	Syarikat Telekomunikasi akan beri rebat kepada pelanggan prabayar tahun depan
25	28 Dis	Mamak News	CFM - Prepaid GST rebate
26	28 Dis	myfbshare.net	CFM - Prepaid GST rebate
27	28 Dis	news.seehua.com	CFM - Prepaid GST rebate
28	28 Dis	Digi-Cal Blogspot	CFM - Prepaid GST rebate
29	29 Dis	Penang Lang	CFM - GST prepaid rebate
30	29 Dis	sz-hc.com	CFM - GST prepaid rebate
31	29 Dis	Dialog Rakyat	Syarikat telekomunikasi beri rebat prabayar bermula 1 Januari
32	29 Dis	Media Permata Online	Syarikat telekomunikasi beri rebat kepada pelanggan prabayar tahun depan
33	29 Dis	Forum Cari	CFM - GST prepaid rebate

MAJALAH

BIL	TARIKH	MEDIA	TAJUK LAPORAN
1	30 Sept	T3 Magazine	CFM Hari Raya Open House

SIARAN AKHBAR / KENYATAAN MEDIA

BIL	TARIKH	TAJUK LAPORAN
1	2 Mac 2015	Peluang memenangi iPhone 6 dengan Peraduan "Name the CFM Mascot and Win"
2	20 Mac 2015	Memupuk Pengguna Bijak Melalui Sesi Perkongsian Maklumat CFM (Sabah)
3	1 Apr 2015	Pelaksanaan GST atas Barangan dan Perkhidmatan dalam Sektor Telekomunikasi, Harga Tambah Nilai tetap sama
4	2 Apr 2015	Pelaksanaan GST atas Barangan dan Perkhidmatan Dalam Sektor Telekomunikasi, Penjelasan Mengenai GST 6% Bagi Tambah Nilai Prabayar
5	14 Mei 2015	Syarikat Telekomunikasi Menyokong Seruan Menteri untuk Pelaksanaan GST Berdasarkan Penggunaan Bagi Perkhidmatan Prabayar
6	15 Mei 2015	Aplikasi CFM MY Mobile Rights: Ke Arah Menyediakan Perkhidmatan Yang Lebih Baik Kepada Pengguna
7	23 Mei 2015	CFM Terus Melangkah ke Hadapan, Tampil dengan Acara Unik yang Pertama di Malaysia – "Doodle Maraton 12 Jam!"
8	10 Jul 2015	Projek "Istimewa Ramadan CFM", Pengagihan Bubur Lambuk kepada Pengguna di Kuala Lumpur
9	30 Jul 2015	Raikan Rumah terbuka #CFMMeriahRaya bersama Pelancaran Logo Baharu dan Maskot CFM
10	15 Sept 2015	"Memperkasa Pengguna di Sarawak" Melalui Sesi Perkongsian Maklumat Industri CFM (Sarawak)
11	29 Okt 2015	Mesyuarat Agung Tahunan CFM ke-15 – Pelantikan Barisan Ahli Majlis yang Baharu
12	7 Nov 2015	Unsolicited SMS: CFM Initiatives to Protect Consumer Rights
13	12 Nov 2015	Inisiatif CFM dalam Menangani Kes SMS yang Tidak Diminta yang Dihadapi oleh Pengguna di Malaysia
14	26 Nov 2015	Tip CFM Buat Pengguna Semasa Menghadapi Banjir
15	28 Dis 2015	Syarikat-syarikat Telekomunikasi akan Memberi Rebat kepada Pelanggan Prabayar Malaysia Bermula 1 Januari 2016 sehingga 31 Disember 2016

Nurturing smart consumers via knowledge sharing session

THE STRATEGIC use of social media and interactive content by the Communications Commission (CCM) to nurture smart consumers was highlighted during a knowledge sharing session held at the CCM's headquarters in Kuching, Sarawak.

The aim of the programme is to educate consumers and encourage them to use their rights as smart consumers.

In the interactive knowledge sharing session, CCM's Chief Executive Officer, Datuk Seri M. S. M. Yusoff, said that the Commission will continue to work with the public to ensure that consumers are well-informed and empowered to make the best choices for their needs.



One of the industry knowledge sharing sessions participated with CCM. (Source: www.ccm.gov.my)

One of the industry knowledge sharing sessions participated with CCM. (Source: www.ccm.gov.my)

Through this programme, it is expected that the Commission will be able to nurture smart consumers and will benefit from the use of social media and interactive content to share their knowledge and experiences.

The Commission is also looking for more ways to engage with the public and will continue to work with the public to ensure that consumers are well-informed and empowered to make the best choices for their needs.

The Commission is also looking for more ways to engage with the public and will continue to work with the public to ensure that consumers are well-informed and empowered to make the best choices for their needs.



The Borneo Post (22 Mac 2015)

Nurturing smart consumers via knowledge sharing session



ASTRO Awani, Analisis Awani (15 Mei 2015)

Naib Pengerusi dan Pengarah CFM, Megat Ishak Maamunor Rashid dan Ahmad Izham Khairuddin ditemubual untuk program Analisis Awani yang membincangkan tajuk Telekomunikasi dan ICT: Pemacu Inovasi sempena Hari Telekomunikasi Sedunia.



Nasi Lemak Kopi O, TV9 (29 Mei 2015)

Pengarah CFM, Ahmad Izham Khairuddin ditemubual secara langsung bagi membincangkan peranan CFM dalam membantu pengguna menyelesaikan masalah komunikasi dan multimedia mereka.



United Daily News (16 Sept 2015)

Kualiti perkhidmatan dan kualiti liputan yang tidak memuaskan, isu komunikasi dan multimedia yang paling banyak dilaporkan di Sarawak



The Edge Markets (28 Okt 2015)

Consumer group says poor service, coverage top complaints



**Malaysian Insider
(28 Okt 2015)**

Consumer group says poor service, coverage top complaints against telcos



**Bernama
(29 Okt 2015)**

Mesyuarat Agung Tahunan CFM ke-15
- Pelantikan barisan Ahli Majlis yang baharu



**Bernama
(29 Okt 2015)**

CFM reflect on 15th Annual General Meeting
- Welcomes new Board of Councillors



**Digital News Asia
(29 Okt 2015)**

Service provider lax on complaints,
CFM wants review



Lifestyle dan Youth Bernama (30 Okt 2015)

Poor service, coverage top complaints against telcos
- CFM



New Straits Times (9 Nov 2015)

Telcos warned over unsolicited content



Bernama (30 Okt 2015)

Poor service, coverage top complaints against telcos
- CFM



Bernama (26 Nov 2015)

CFM offers tips for consumers during floods



Soya Cincau (26 Nov 2015)

6 tips to stay connected during floods



**The Skop
(26 Nov 2015)**

Panduan berkomunikasi di waktu bencana bersama CFM



**Malaysian Wireless
(28 Nov 2015)**

CFM: Mobile communication tips during flood in Malaysia



**Buletin Utama TV3
(28 Dis 2015)**

Rebat kepada pelanggan mulai tahun depan



**Berita TV9
(28 Dis 2015)**

Rebat kepada pelanggan prabayar

PENERBITAN CFM

BULETIN CFM – SHOUT!

Buletin CFM “SHOUT!” telah mula diterbitkan sejak tahun 2011. Usaha tersebut diteruskan sebagai salah satu inisiatif untuk memperkasakan pengguna di Malaysia mengenai pengetahuan digital dan hak mereka dalam industri komunikasi dan multimedia.

Bagi tahun 2015, CFM telah menerbitkan tiga (3) edisi “SHOUT!” dalam dua bahasa iaitu Bahasa Malaysia dan Bahasa Inggeris dengan menampilkan beberapa personaliti sebagai penghias muka hadapan selain memaparkan pelbagai artikel berkaitan komunikasi dan multimedia.

Sebanyak 32,000 naskhah “SHOUT!” telah diterbitkan dan diedarkan di beberapa lokasi di seluruh Malaysia. Pada tahun 2015, CFM mengambil langkah untuk mengedarkan

“SHOUT!” melalui sisipan dalam akhbar tempatan. Bagi setiap edisi, “SHOUT!” disisipkan dalam beberapa akhbar dan diedarkan di beberapa lokasi yang berbeza.

“SHOUT!” juga diedarkan kepada pengguna yang datang ke ruang pameran CFM dan turut diberikan kepada pihak media yang hadir untuk program CFM.

Bagi memberi manfaat kepada lebih ramai pengguna, “SHOUT!” juga boleh dibaca dalam bentuk digital di <https://issuu.com/consumerforummalaysia> dan boleh dimuat turun di portal CFM iaitu <http://cfm.org.my/shout-newsletter-download>

PENERBITAN BULETIN CFM - SHOUT!

BIL	EDISI	KONSEP / MUKA HADAPAN	LOKASI EDARAN	AKHBAR
1	1 / 2015	Pemulihan data dan Tip kecergasan atas talian / Kevin Zahri	Shah Alam, Petaling Jaya, Kuala Lumpur, Putrajaya, Cyberjaya, Bangi, Serdang	Berita Harian, The Star, Harian Metro, Utusan Malaysia
2	2 / 2015	Kerahsiaan maklumat di media sosial / Ashley Chan	Pulau Pinang, Petaling Jaya, Setapak	The Star dan Harian Metro
3	3 / 2015	Aplikasi buat pengguna telekomunikasi / Amin Hayat	Kedah, Pahang, Kepong, Cheras	Harian Metro dan The Star
4	4 / 2015	Insurans Telefon Pintar / Najwa Latif	Kelantan, Kajang, Rawang	Harian Metro, The Star & Berita Harian

Q1



Edisi pertama "SHOUT!" menampilkan personaliti kecerdasan Malaysia, Kevin Zahri yang menceritakan bagaimana beliau menceburi bidang tersebut. Dalam edisi ini juga turut memuatkan artikel mengenai pemulihan data dan tip kecerdasan di atas talian.

Q2



Edisi kedua "SHOUT!" menampilkan penyampai radio Capital FM, Ashley Chan yang berkongsi tentang rutin tugasannya sebagai seorang penyampai radio. Edisi ini juga berkongsi tentang laman media sosial yang mempunyai ciri-ciri keselamatan yang lebih baik.

Q3



Edisi ketiga "SHOUT!" menampilkan penerbit dan penyampai berita TV9 yang juga pemenang anugerah kewartawan, Amin Hayat. Edisi ini memaparkan rencana khas mengenai aplikasi mudah alih yang dibangunkan oleh CFM iaitu MY Mobile Rights, sebuah aplikasi yang akan memudahkan pengguna untuk melaporkan aduan hanya dengan menggunakan telefon pintar.

Q4



Edisi keempat "SHOUT!" menampilkan Najwa Latif, seorang bakat muda dalam bidang nyanyian yang bermula dengan video nyanyiannya di YouTube sehingga namanya meningkat naik dan dikenali ramai. Edisi ini juga memaparkan artikel tentang insurans telefon pintar yang disediakan oleh penyedia perkhidmatan untuk melindungi telefon pintar pengguna.

LAPORAN MEDIA SOSIAL 2015

GAMBARAN KESELURUHAN MENGENAI MEDIA SOSIAL CFM

Objektif utama CPRD adalah untuk meningkatkan kesedaran di kalangan pengguna mengenai peranan dan fungsi CFM dalam industri telekomunikasi dan multimedia di Malaysia.

Dalam usaha untuk meningkatkan penglibatan dan komunikasi dua hala antara CFM dan pengguna, CPRD telah memilih beberapa platform media sosial untuk digunakan termasuklah Facebook, Twitter dan Instagram. Platform ini membolehkan CFM untuk menyiarkan semua aktiviti, dan merupakan sebuah medium yang terbaik untuk menjalankan kempen atau menyampaikan mesej CFM untuk para pengguna. Media sosial juga bertindak sebagai medium perantaraan kepada pengguna untuk melayari ke laman web CFM, iaitu cfm.my dan infokonsumer.my.

Pemilihan platform ini adalah berdasarkan kepada fakta bahawa platform media sosial menjadi tumpuan utama para pengguna, demografi sosial, minat, personaliti, dan lain-lain yang secara tidak langsungnya dapat memberikan

kita maklumat dan mengenalpasti jenis pengguna. Dengan itu mesej kesedaran dapat disampaikan dengan lebih berkesan mengikut tumpuan pengguna dalam media sosial.

Platform media sosial juga digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai isu-isu antara pengguna dan penyedia perkhidmatan telekomunikasi, sebagai sumber untuk pengguna dapatkan tip-tip dan maklumat serta sebagai satu cara untuk mendorong pengguna membuat aduan ke portal aduan rasmi CFM iaitu, www.aduan.cfm.org.my.

Platform ini juga membolehkan CFM untuk memperoleh 'suara pengguna', melalui penglibatan dan dialog serta media dalam talian yang lain. Konsepnya ialah, lebih ramai mereka yang terlibat dengan platform media sosial CFM, semakin tinggi kebarangkalian mereka untuk berkongsi maklumat mengenai kempen atau mesej CFM ini dengan pengguna yang lain, misalnya melalui perkongsian gambar dan 'likes' aktiviti-aktiviti atau mesej CFM untuk pengguna.

PLATFORM MEDIA SOSIAL CFM



FACEBOOK

fb.com/consumer.forum.malaysia

Facebook adalah platform media sosial utama yang digunakan oleh rakyat Malaysia, dan digunakan secara meluas oleh pengguna untuk membaca berita, berkongsi info, dan tempat untuk pengguna untuk mencari jawapan bagi isu-isu yang tidak dapat diselesaikan berkaitan dengan perkhidmatan telekomunikasi.



TWITTER

twitter.com/cfm_malaysia

Twitter membolehkan CFM untuk "tweet" dan "retweet" berita-berita semasa atau isu-isu terkini. Ia juga merupakan platform media sosial yang paling disukai oleh pengguna untuk berkomunikasi dengan CFM tentang aduan yang tidak dapat diselesaikan oleh penyedia perkhidmatan telekomunikasi.



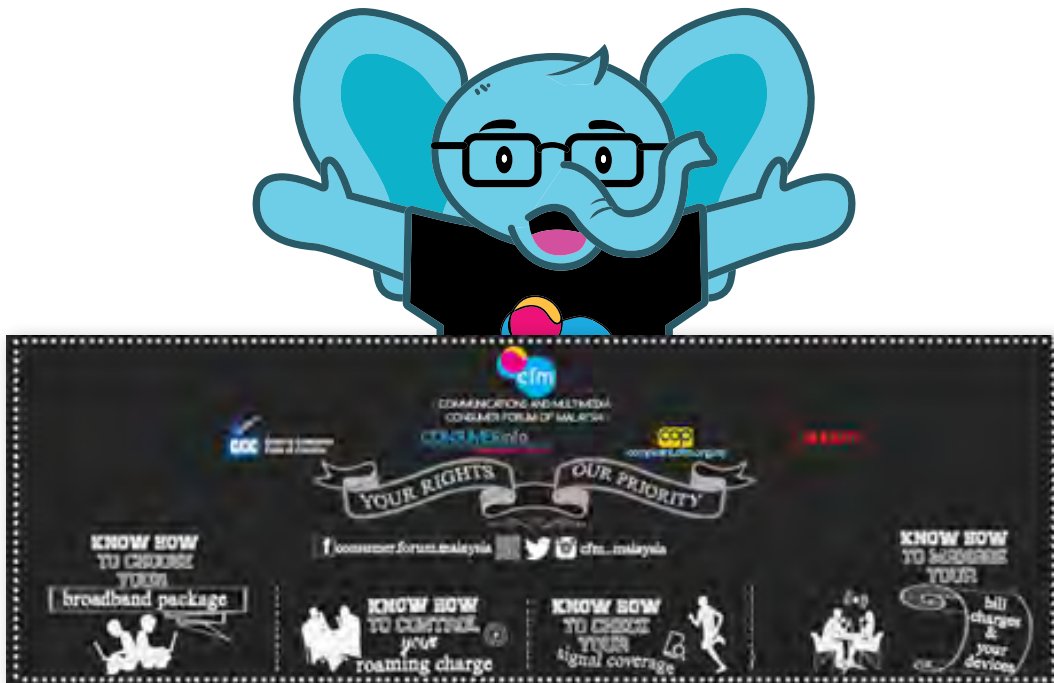
INSTAGRAM

instagram.com/cfm_malaysia

Instagram membolehkan CFM untuk memuat naik gambar-gambar dan video-video yang berkaitan dengan aktiviti atau tips-tips terkini dari CFM. Melalui penggunaan "hashtags", pengguna dapat mencari berita atau mesej dari CFM dengan mudah.

CIRI-CIRI REKA BENTUK PAPARAN (LAYOUT)

Reka bentuk Paparan yang dikenali dengan tema 'chalkboard' atau papan hitam boleh didapati dalam Facebook dan Twitter CFM. Tema papan hitam dipilih kerana ia menjadi trend kini, dan CFM telah menggunakan gaya ini untuk semua reka bentuk dalam menyampaikan mesej-mesej CFM.



PENGGUNAAN “HASHTAG”

#YourRightsOurPriority

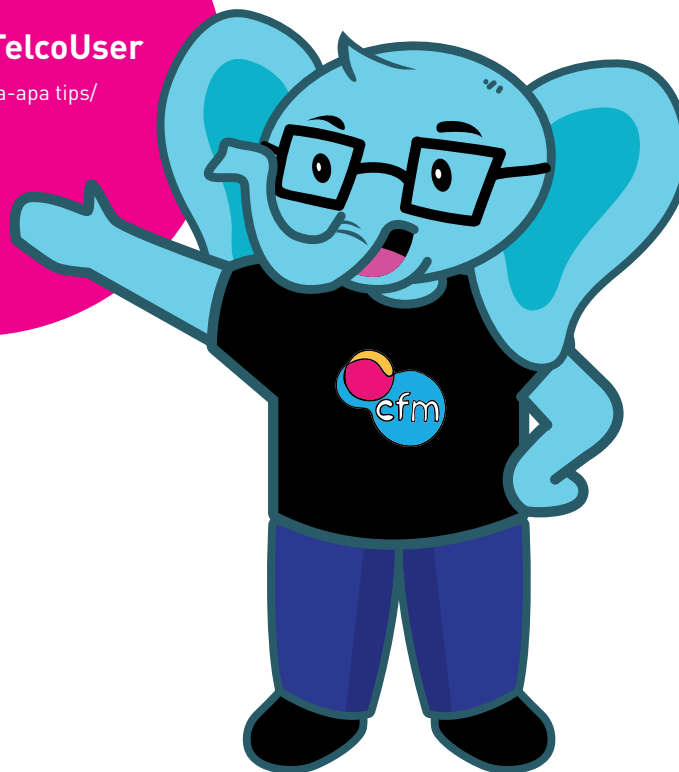
Motto khas untuk menyampaikan mesej mengenai hak-hak pengguna

#ilovecfm_malaysia




Tempat di mana “follower” menyiarkan gambar mereka dalam apa-apa aktiviti bersama CFM

#BeASmartTelcoUser

Digunakan dalam apa-apa tips/panduan/maklumat



STATISTIK PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL 2015

			
JAN	4,013	369	161
FEB	6,335	380	187
MAC	14,410	405	222
APR	14,470	417	229
MEI	14,482	417	300
JUN	14,493	422	362
JUL	14,845	424	500
OGOS	15,000	440	631
SEPT	15,142	443	647
OKT	15,165	515	690
NOV	15,299	537	722
DIS	15,380	540	750
KENAIKAN	283%	46%	365%

Jadual di muka surat 95 menunjukkan statistik penggunaan akaun Facebook, Twitter, dan Instagram CFM. Berdasarkan data statistik, pengguna didapati lebih suka menggunakan Facebook sebagai platform utama mereka untuk melibatkan diri dengan aktiviti CFM. Terdapat kenaikan yang stabil dan konsisten dari segi pengikut untuk semua akaun setiap bulan pada tahun 2015. Ini adalah kerana CFM telah menjalankan pelbagai kempen dan aktiviti serta penglibatan dengan para pengguna. Di antaranya ialah peraduan #MascotCFMcontest yang berlangsung pada bulan Mac 2015 di Facebook, acara

“12 Hour Doodle Marathon” pada Hari Telekomunikasi Sedunia, 22-23 Mei 2015, peraduan #nakCFMmoneypacket di Instagram CFM, aktiviti #CFMmeriahRaya iaitu meraikan kemeriahan aidilfitri bersama CFM pada Julai 2015, serta menggunakan pendekatan yang melibatkan artis-artis untuk muka depan majalah SHOUT serta mereka yang terlibat dengan aktiviti CFM melalui mesej mereka berkaitan CFM di media sosial. Selain itu, dengan menggunakan pendekatan terbaru seperti ‘doodles’ sedikit sebanyak membantu menarik pengguna untuk mendekati CFM.

GAMBARAN KESELURUHAN DARI FB

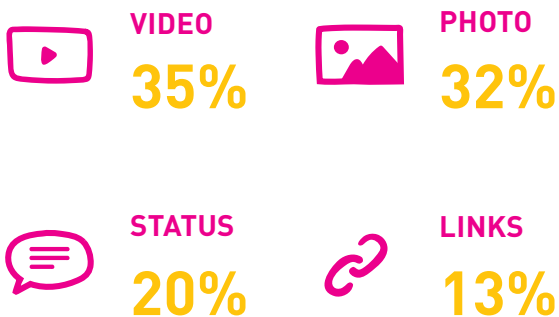
JUMLAH PENYAMPAIAN MESEJ

JAN	1,250	JUL	188K
FEB	1,836	OGOS	8,571
MAC	134.5K	SEPT	8,400
APR	7,380	OKT	8,310
MEI	7,782	NOV	9,050
JUN	7,864	DIS	12,520

Jadual di atas menunjukkan jumlah mesej yang telah dicapai bagi setiap bulan untuk sepanjang tahun 2015. Berdasarkan jadual di atas dapat dilihat, jumlah kenaikan yang semakin bertambah semenjak kempen pada bulan Mac 2015 bermula iaitu #MascotCFMcontest. Malah, melalui penglibatan pelbagai aktiviti-aktiviti luar oleh CFM dengan para pengguna, dan juga komunikasi dua hala antara pengguna dengan CFM di FB telah menyebabkan peningkatan capaian mesej melalui perkongsian mesej di kalangan pengguna FB seperti yang tertera di dalam jadual.

JENIS - JENIS MESEJ 'POSTING'

Infografik di bawah menunjukkan peratusan jenis mesej yang disampaikan melalui media sosial CFM yang menjadi tumpuan para pengguna.



PERATUS PENGIKUT @CFM_MALAYSIA MENGIKUT JANTINA



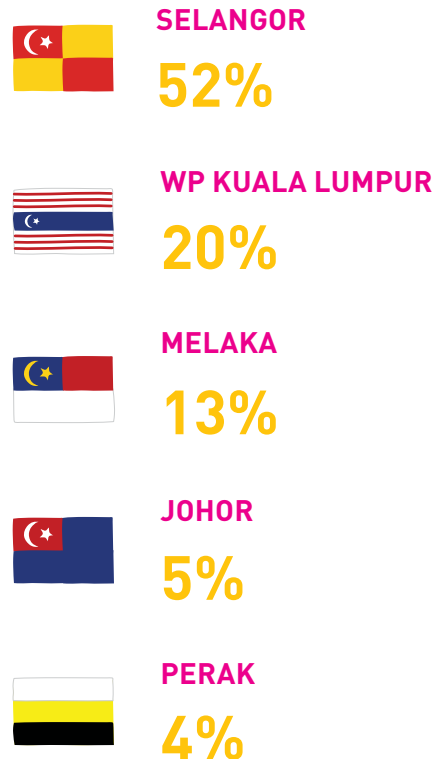
GAMBARAN KESELURUHAN DARI INSTAGRAM

STATISTIK INSTAGRAM 2015



GAMBARAN KESELURUHAN DARI TWITTER

STATISTIK PERATUSAN PENGGUNA MENGIKUT NEGERI DI MALAYSIA



STATISTIK 5 TOPIK TERTINGGI COP MELALUI MEDIA SOSIAL

Dari jadual di bawah, kelima-lima isu tersebut merupakan topik utama yang sering dihadapi oleh pengguna. Didapati pengguna memilih untuk menggunakan media sosial sebagai tempat untuk mereka mengutarakan masalah yang sering dihadapi mengenai isu perkhidmatan telekomunikasi dan multimedia.

STATUS ADUAN DI PORTAL



40%



ISU PERKHIDMATAN LANGGANAN

30%



ISU KUALITI LIPUTAN

10%



ISU KONTRAK PERKHIDMATAN

10%



SMS SPAM

10%

STATISTIK 4 TOPIK YANG MENARIK MINAT PENGUNJUNG KE TWITTER @CFM_MALAYSIA



BERITA DAN INFO

83%



BERITA SEMASA

73%



BERITA TEKNOLOGI

66%



TELEFON

52%

STATISTIK PERATUSAN PENGGUNAAN ALAT KOMUNIKASI DI MALAYSIA



IOS

33%



ANDROID

55%



BLACKBERRY / TABLETS

<1



DESKTOP / LAPTOP

11%

MESEJ-MESEJ YANG MENDAPAT SAMBUTAN TERTINGGI DI MEDIA SOSIAL CFM 2015

FACEBOOK



REACH / CAPAIAN

19,539k

SHARES / PERKONGSIAN

112

LIKES

49



REACH / CAPAIAN

188.4k

SHARES / PERKONGSIAN

1,556

LIKES

65



REACH / CAPAIAN

134.5k

SHARES / PERKONGSIAN

104

LIKES

6.2k



REACH / CAPAIAN

1,412

SHARES / PERKONGSIAN

5

LIKES

11



REACH / CAPAIAN

882

SHARES / PERKONGSIAN

2

LIKES

10

INSTAGRAM

3 GAMBAR DENGAN JUMLAH 'LIKES' TERTINGGI



3 GAMBAR DENGAN JUMLAH 'COMMENT' TERTINGGI



AKTIVITI-AKTIVITI DI LAMAN MEDIA SOSIAL CFM

PERADUAN #MASCOTCFMCONTEST DI FACEBOOK



TEMPOH PERADUAN

2 Mac – 31 Mac 2015

OBJEKTIF

Mempromosi CFM di Facebook dengan peningkatan 10,000 pengikut. Mesej-mesej CFM dapat disampaikan kepada pengguna dengan lebih berkesan mengikut demografik iaitu pengguna telekomunikasi.

REACH / CAPAIAN

134.5k

JUMLAH PENYERTAAN

273

SHARE / PERKONGSIAN

104

PENGIKUT BARU (SELEPAS PERADUAN)

10.3k

LIKES

6.2k

PERATUSAN MENGIKUT JANTINA

♂ 55% ♀ 45%

Kerjasama dengan blogger-blogger dan platform media sosial lain sepanjang Mac 2015:

BIL	BLOGGER	JENIS	MEDIA SOSIAL
1	Namee Roslan	Cara Hidup	FB : 131k pengikut
2	Oh! Media	Berita dan Hiburan	FB : 2.5M pengikut
3	youtube.com/Pinkmarbles	Vloggers	YouTube : 59k subscribers
4	Kelab Blogger Ben Ashaari	Hiburan	FB : 50k followers

- Azfar Roslan
- Hafiz Rahim
- Nynanieyna
- Lan Careno
- Emas Putih

PERADUAN #NAKCFMMONEYPACKET DI INSTAGRAM



TEMPOH PERADUAN

20 Jun 2015 – 5 Julai 2015

OBJEKTIF

Mempromosi CFM di Instagram.

JUMLAH PENYERTAAN

75

PENGIKUT

(SEBELUM PERADUAN)

319

(SELEPAS PERADUAN)

500

KEMPEN #CFMMERIAHRAYA



TEMPOH KEMPEN

Diadakan bersempena perayaan Aidilfitri, majlis pelancaran logo baharu dan Maskot CFM iaitu Fillo, diadakan di D'Saji Titiwangsa.

PENGLIBATAN

Melibatkan beberapa artis terkenal di Malaysia dan juga penerbitan video khas Raya dari sekretariat CFM.

PENGGUNAAN HASHTAG

#CFMmeriahRAYA

KEMPEN #CFMSHOUT2015 DI INSTAGRAM



TEMPOH KEMPEN

Diadakan selama dua hari (22-23 Mei 2015) bersempena Sambutan Hari Telekomunikasi atau WTSID 2015.

OBJEKTIF

27 karya doodles telah dihasilkan dengan lukisan tangan mengenai mesej-mesej CFM, sepanjang tempoh kempen dan dipancarkan "LIVE" di semua laman media sosial CFM.

PENGLIBATAN

Seramai 27 'doodlers' terpilih untuk menyertai "12 Hour Doodle Marathon" bersama CFM, doodlers adalah dari kelab yang dikenali sebagai #Doodict.

PENGIKUT

(SEBELUM KEMPEN)

229

(SELEPAS KEMPEN)

300

PENGGUNAAN HASHTAG

#MYWTISD2015
#CFMSHOUT2015

KESIMPULAN

CFM masih lagi mencari cara yang lebih baik untuk mendekati pengguna telefon mudah alih/pintar di Malaysia.

CFM perlu lebih aktif lagi dalam menyampaikan mesej dan isu terkini, melalui kempen media sosial dan wujudkan beberapa peraduan untuk membolehkan mesej CFM dapat dikongsi dan disampaikan kepada semua pengguna.

CFM juga perlu membina lebih banyak kandungan digital baru. Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat kini, di mana masyarakat mendapatkan berita menarik dan terkini di hujung jari bersama visual yang menarik perhatian mereka. Kandungan berbentuk visual merupakan cara terbaik untuk berkomunikasi dengan pengguna dan mesej yang ingin disampaikan boleh dihantar dengan lebih mudah dan cepat.

OBJEKTIF PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL

- Untuk meningkatkan komunikasi dan interaksi dua hala antara CFM dengan pengguna
- Untuk meningkatkan kesedaran orang awam melalui perkongsian maklumat
- Untuk meningkatkan trafik ke laman web CFM
- Supaya pengguna lebih mengenali dan mengetahui kewujudan CFM serta fungsinya di mana dapat membantu pengguna telekomunikasi di Malaysia untuk mengambil tindakan yang sewajarnya

**“Segalanya Demi
Memperkasakan
Pengguna”**

#HakAndaKeutamaanKami



LAPORAN PORTAL CFM

RINGKASAN EKSEKUTIF

Bermula 2010, CFM telah membina dua portal dalam dwibahasa iaitu cfm.my dan infokonsumer.my untuk membantu pengguna memahami dan mengetahui lebih lanjut mengenai peranan dan fungsi-fungsi CFM sebagai platform aduan.

FUNGSI-FUNGSI cfm.my:

- Untuk membolehkan pengguna memahami polisi-polisi komunikasi khususnya dalam perkhidmatan komunikasi dan multimedia;
- Untuk menjelaskan fungsi CFM dengan lebih mendalam, bersama-sama dengan misi dan visinya;
- Untuk menyiarkan berita terkini dan maklumat mengenai CFM dan industri komunikasi dan multimedia serta produk yang terdapat di pasaran sebagai info dan maklumat untuk pengguna;
- Untuk meningkatkan kesedaran awam di kalangan pengguna, terutamanya yang berkaitan dengan hak-hak mereka;
- Untuk mengemaskini senarai ahli CFM;
- Sebagai pangkalan data untuk pengguna memuat turun majalah "SHOUT!", berita, Laporan Tahunan CFM, Kod Amalan Am Pengguna untuk Industri Komunikasi dan Multimedia (GCC), manual pengguna, dan banyak lagi.

FUNGSI-FUNGSI infokonsumer.my:

- Sebagai platform untuk mendidik pengguna supaya menjadi pengguna yang bijak berkaitan perkhidmatan telekomunikasi dan multimedia;
- Untuk berkongsi tips dan panduan mengenai perkhidmatan telekomunikasi dan multimedia;
- Untuk membantu pengguna memilih pakej yang sesuai mengikut penggunaan mereka
- Sebagai medium untuk berkongsi berita mengenai isu-isu pengguna, kempen dan aktiviti CFM

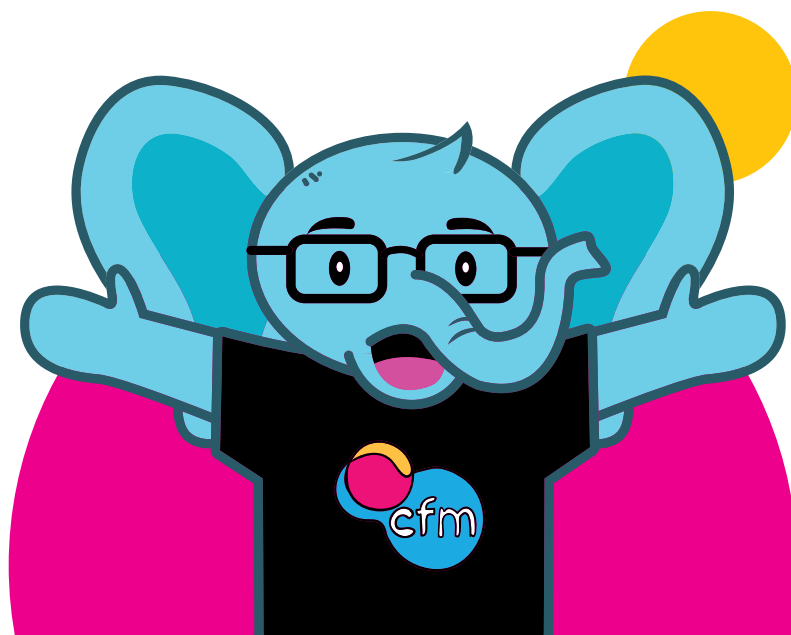
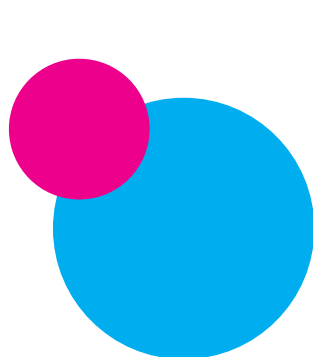
LAMAN UTAMA

Laman ini direka untuk memudahkan pengunjung mengakses dan memahami mesej CFM, terutamanya untuk mendapatkan maklumat terkini berkaitan komunikasi dan multimedia. Apabila pengunjung melayari laman utama

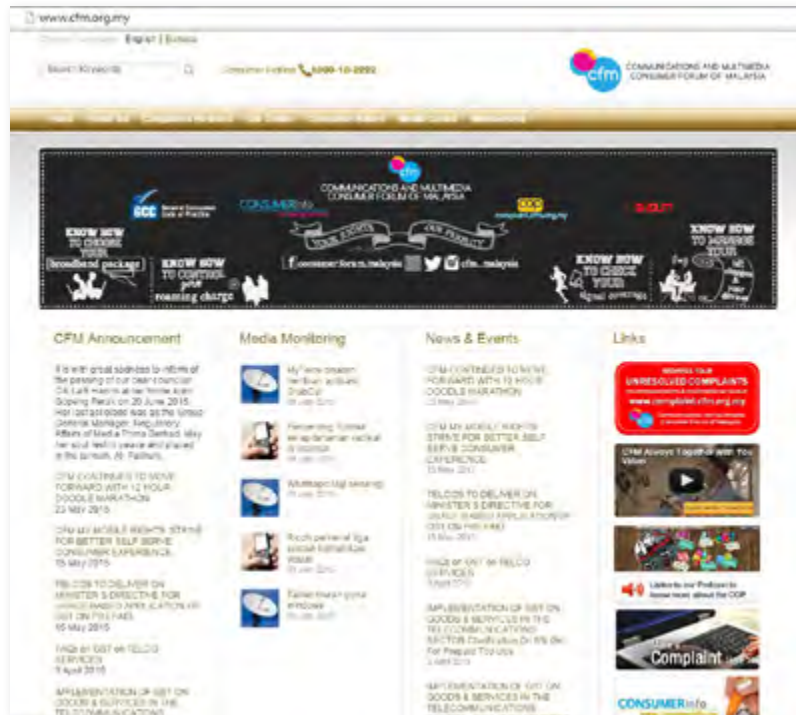
portal ini, mereka akan mengetahui ulasan berita dan aktiviti-aktiviti semasa, fungsi-fungsi CFM, dan pelbagai lagi pautan lain yang berguna.

NAVIGASI UTAMA DALAM cfm.my:

- **Laman Utama:**
cfm.my
- **Mengenai Kami:**
Menyediakan maklumat dan latar belakang peranan dan fungsi CFM; gambaran keseluruhan CFM; Ahli Lembaga Majlis dan struktur sekretariat CFM.
- **Menyelesaikan Aduan:**
Gambaran keseluruhan mengenai langkah-langkah untuk membuat aduan, proses kitaran aduan, maklumat mengenai pengurusan aduan dan muat turun Aduan e-Risalah.
- **Kod kami:**
Pengguna boleh mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai Kod Am Pengguna atau Kod Amalan Am Pengguna untuk industri Komunikasi dan Multimedia (GCC).
- **Kod Capaian Internet:**
Ia menerangkan peraturan kod dan juga pengguna boleh memuat turun dari laman portal ini.
- **Hal Ehwal Pengguna:**
Memaparkan isu-isu terkini berkaitan CFM dan aktiviti semasa.
- **Pusat Media:**
Memaparkan berita yang berkaitan dengan industri komunikasi dan multimedia di Malaysia dan juga di seluruh dunia.
- **Keahlian:**
Senarai aktiviti-aktiviti ahli, senarai nama ahli-ahli CFM, serta muat turun borang keahlian CFM.



REKA BENTUK PORTAL cfm.my:



BANNER



LAMAN UTAMA

“Segalanya Demi Memperkasakan Pengguna” merupakan motto pada laman utama infokonsumer.my. Mesejnya: laman ini bertujuan untuk memberi maklumat dan mendidik pengguna tentang hak sebagai pengguna yang berkaitan dengan industri telekomunikasi dan multimedia di Malaysia.

NAVIGASI UTAMA DALAM infokonsumer.my:

- **Panduan dan Tips :**
Menyediakan panduan dan tips mengenai jalur lebar, talian tetap, telefon mudah alih dan TV digital.
- **Jalur Lebar:**
Laman ini mempunyai 3 pautan:
 1. Cadangan pelan telefon mudah alih:
Beberapa soalan mudah disoal untuk mengenalpasti jenis penggunaan data dan gaya hidup pengguna, dan keputusan akhir sistem akan mencadangkan beberapa pelan yang paling sesuai berdasarkan jawapan yang diberikan.
 2. Pencarian jalur lebar:
Panduan berdasarkan kos untuk setiap GB yang memenuhi permintaan bulanan jalur lebar pengguna.
 3. Ujian kelajuan:
Menguji kelajuan internet.
- **Telefon Mudah Alih:**
Terdapat 4 Pautan berguna:
 1. Cadangan pelan telefon mudah alih :
Beberapa soalan mudah disoal untuk mengenalpasti penggunaan data gaya hidup pengguna, dan keputusan akhir sistem akan mencadangkan beberapa pelan yang paling sesuai berdasarkan jawapan yang diberikan.
 2. Pencarian pakej telefon mudah alih:
Panduan bagi pengguna yang sedang mencari pakej telefon mudah alih dengan ciri-ciri khusus.
 3. Pascabayar:
Perbandingan antara semua pelan pasca bayar yang terdapat di pasaran yang boleh membantu pengguna memilih pelan yang terbaik.
 4. Prabayar:
Perbandingan antara semua pelan prabayar yang terdapat di pasaran yang boleh membantu pengguna memilih pelan yang terbaik.
- **Talian Tetap:**
Laman yang menunjukkan beberapa pilihan talian tetap paling murah di Malaysia, termasuk perbandingan harga yang boleh membantu pengguna memilih pelan yang terbaik.
- **Peristiwa dan Aktiviti:**
Mengandungi berita, kempen dan aktiviti semasa CFM, serta kandungan yang boleh dimuat turun seperti majalah “SHOUT!” berita, e-risalah, Kod Amalan Am Pengguna untuk industri Komunikasi dan Multimedia (GCC), manual panduan pengguna dan panduan telefon tetap, tv digital, jalur lebar dan mudah alih.
- **Hubungi kami:**
Laman ini memberikan maklumat kepada pengguna mengenai cara untuk menghubungi CFM.

REKA BENTUK PORTAL infokonsumer.my:



BANNER



STATISTIK PENGUNJUNG YANG MELAYARI PORTAL cfm.my dan infokonsumer.my :

Jumlah pengunjung yang mengunjungi portal cfm.my dan consumer.my pada tahun 2015

	cfm.my	infokonsumer.my
JAN	8,138	9,923
FEB	5,748	3,944
MAC	2,901	4,319
APR	17,776	7,788
MEI	7431	9851
JUN	8,044	7,527
JUL	7,582	7,247
OGOS	6,990	7,706
SEPT	5,494	6,693
OKT	7,936	7,396
NOV	7,300	8,562
DIS	7,827	7,224

MELANGKAH KE TAHUN 2016

MENINGKATKAN MESEJ CFM

Melihat kepada peningkatan pengikut media sosial CFM, Biro CPRD merancang menyampaikan mesej CFM melalui saluran ini. Pelbagai aktiviti dirangka seperti kandungan online yang lebih berbentuk "Bite-Sized" yang lebih senang untuk difahami, diikuti dan dikongsi bersama pengikut dan pengguna media ini. Biro juga bercadang untuk bekerjasama dengan universiti atau kolej tempatan untuk menghasilkan mesej-mesej yang lebih segar disamping meningkatkan pengetahuan mengenai CFM di kalangan pelajar-pelajar universiti.

MENGADAKAN LEBIH BANYAK AKTIVITI KESEDARAN

Melalui aktiviti kesedaran 2015, biro CPRD akan mencuba platform atau saluran baru selain daripada saluran yang sedia ada. CPRD akan meningkatkan kerjasama dengan pihak berkepentingan untuk memperbanyakkan lagi aktiviti kesedaran 2016.

MEKANISME PEMANTAUAN

Berdasarkan inisiatif yang telah dibangun dan dijalankan pada tahun sebelum ini sehingga tahun lepas, CFM perlu menjalankan aktiviti pemantauan bagi segala usaha atau inisiatif ini. Trafik portal sahaja tidak mencukupi. Aktiviti pembangunan ini boleh diadakan dalam bentuk "Direct Response Promotion" yang diadakan secara "Crowdsourcing". Manakala bagi aktiviti penerbitan seperti "SHOUT!", KOD QR akan dapat dilakukan bagi mendapatkan respon yang cepat.

MENINGKATKAN AKTIVITI MEDIA

Aktiviti media traditional seperti media cetak dan media massa seperti televisyen dan radio juga akan diteruskan secara agresif untuk mendapat capaian pengguna yang lebih tinggi. Ini termasuk menggunakan rangkaian atau saluran ini mempromosi CFM dengan penghasilan mesej komuniti (PSA).

PEMBINAAN APLIKASI TELEFON “MY MOBILE RIGHTS”

Aplikasi ini telah dirangka dari tahun 2014 bagi menjadikan CFM lebih relevan di dunia telekomunikasi yang pesat ini. 2015 merupakan tahun dimana, proses memantapkan aplikasi dijalankan bagi memenuhi jangkaan dan harapan pengguna.



SEKRETARIAT CPRD

A portrait of a woman wearing a black hijab and a grey patterned jacket, standing with her arms crossed. The background is a large yellow circle with a smaller pink circle overlapping it.

**Dzareen
Shamsir**

Eksekutif Kanan
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)

A portrait of a woman with long black hair, wearing a white button-down shirt with a logo on the chest, standing with her arms crossed. The background is a large yellow circle with a smaller pink circle overlapping it.

**Noor Shahdiella
Abdul Manan**

Pengurus
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)

A portrait of Lizawati Mat Isa, a woman with short dark hair, smiling. She is wearing a white long-sleeved button-down shirt with a logo on the left chest. The background behind her is a large blue circle.

**Lizawati
Mat Isa**

Eksekutif
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)

A portrait of Aizad Osman, a man with dark hair and glasses. He is wearing a white long-sleeved button-down shirt with a logo on the left chest. The background behind him is a large yellow circle.

Aizad Osman

Eksekutif
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)



Roharrashidah Abdul Halil

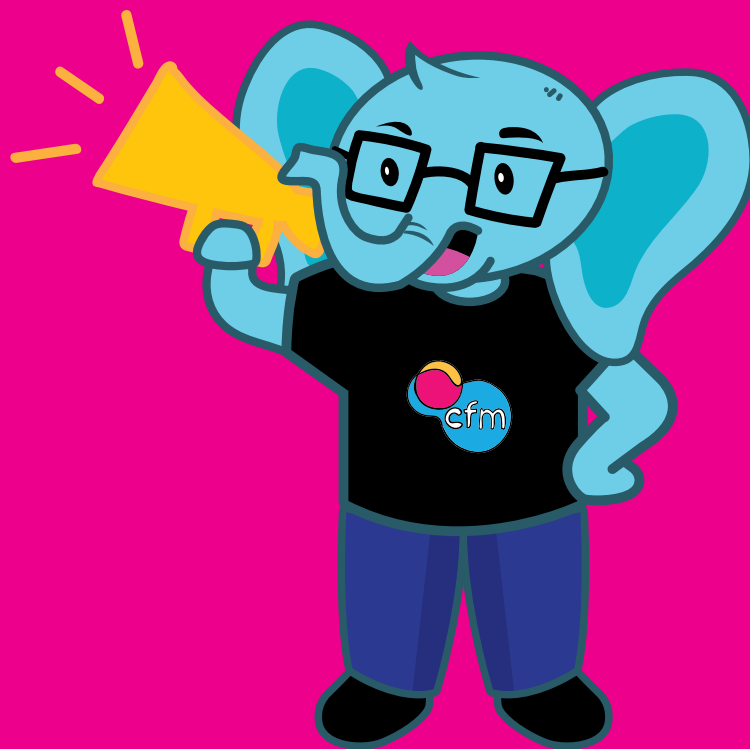
Eksekutif
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)

Razaleigh Zain

Eksekutif
Jabatan Komunikasi dan
Perhubungan Awam
(CPRD)



Bahan Promosi



SAMPUL DUIT

Reka bentuk sampul duit yang dipilih untuk tahun 2015 lebih bersifat universal di mana konsepnya bercirikan masyarakat majmuk dan boleh digunakan untuk semua acara dan perayaan di Malaysia.



BINGKAI GAMBAR

Direka khas untuk pengunjung yang melawat ke ruang pameran CFM, dimana gambar pengunjung akan diselitkan di dalam bingkai gambar ini.



BEG PROMOSI

Terdapat 2 jenis beg promosi yang direka and disediakan oleh CFM yang mempunyai pelbagai warna dan corak yang menekankan fungsi-fungsi CFM. Beg saiz kecil adalah untuk diagihkan kepada pengunjung gerai CFM, manakala beg saiz besar adalah untuk majlis khas seperti sesi ceramah dan hadiah VIP.



PELEKAT KERETA

Direka sebagai salah satu inisiatif pemasaran oleh CFM untuk pemberitahuan tentang ajukan aduan kepada CFM.



BAJU KEMEJA T

Dihasilkan dengan reka bentuk 'doodle' berita jenama CFM untuk menarik perhatian dan membantu pendedahan CFM kepada orang ramai. Terdapat 8 warna untuk baju kemeja T CFM- merah jambu, biru, hijau gelap, oren, ungu, kelabu, hitam, dan putih.

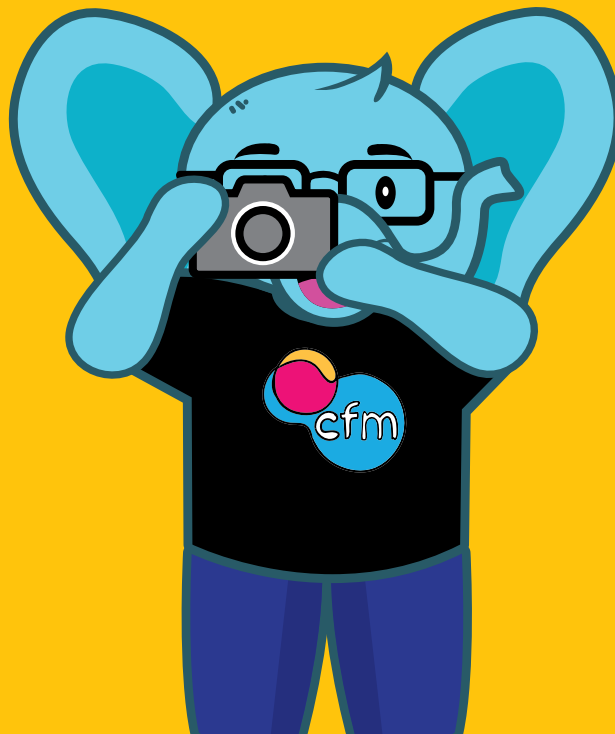


LANYARD

Dihasilkan oleh CFM untuk para sekretariat dan digunakan sebagai bahan promosi yang diedarkan semasa acara di luar.



Aktiviti CFM



JELAJAH JEJAK DIGITAL DAN PROGRAM ADVOKASI MCMC

PADANG MASJID TANAH, MELAKA.



JELAJAH JEJAK DIGITAL BINTULU DAN PERASMIAN PUSAT INTERNET 1MALAYSIA (PI1M)

KAMPUNG JEPAK, BINTULU, SARAWAK.



CFM : MESYUARAT AGUNG TAHUNAN KE-15

MENARA KUALA LUMPUR.



12 HOUR DOODLE MARATHON

MUZIUM TELEKOM MALAYSIA, KUALA LUMPUR.





#CFMMERIAH RAYA DAN PERASMIAN LOGO DAN MASKOT

FELDA D'SAJI TITIWANGSA, KUALA LUMPUR.





#CFMISTIMEWARAMADAN PENGAGIHAN BUBUR LAMBUK

MASJID JAMEK, KUALA LUMPUR.



KARNIVAL CAMPUS YOUTH

SELANGOR, MELAKA, KUALA LUMPUR, PAHANG.



KARNIVAL SAMPAI DENGAN SELAMAT

SHAH ALAM, SELANGOR.



KEJOHANAN DEBAT SURUHANJAYA KOMUNIKASI DAN MULTIMEDIA MALAYSIA

UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA, SELANGOR.



KL CONVERGE

KUALA LUMPUR CONVENTION CENTRE, KUALA LUMPUR.



SESI PERKONGSIAN MAKLUMAT BERSAMA PENYEDIA PERKHIDMATAN (KSS)

LEXIS PORT DICKSON, NEGERI SEMBILAN.



SESI PERKONGSIAN MAKLUMAT INDUSTRI (KSS)

HILTON KUCHING, SARAWAK.



SESI PERKONGSIAN MAKLUMAT INDUSTRI (KSS)

GRAND BORNEO HOTEL, KOTA KINABALU, SABAH.





MY MOBILE RIGHTS

Aplikasi Rasmi Forum Pengguna
Komunikasi & Multimedia Malaysia



Tak dapat
hubungi TELCO untuk
buat aduan?
Download aje
aplikasi
MY MOBILE RIGHTS!

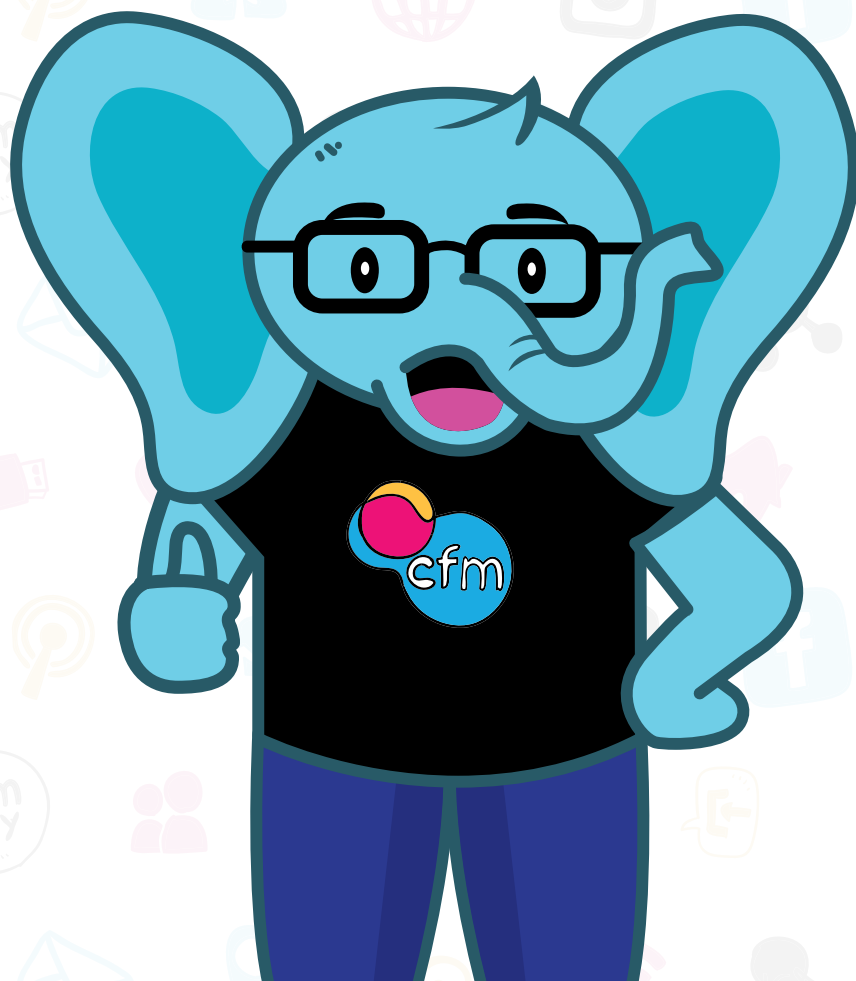


@cfm_malaysia



consumer.forum.malaysia

**YOUR RIGHTS,
OUR PRIORITY**



NOMBOR HOTLINE CFM: 1-800-18-222

Forum Pengguna Komunikasi dan Multimedia Malaysia (CFM)
Bangunan Lama Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (MCMC)
Jalan Impact, Off Persiaran Multimedia, 63000 Cyberjaya
Selangor Darul Ehsan.



Tel: 03-8320 9033

Fax: 03-8320 9083

Email: enquiries@cfm.my

Website: www.cfm.org.my

 [consumer.forum.malaysia](https://www.facebook.com/consumer.forum.malaysia)

  [cfm_malaysia](https://www.instagram.com/cfm_malaysia)