

PEKELILING NAIB CANSOLOR

Bilangan 12 Tahun 2021

PEKELILING DASAR IMEJ DAN IDENTITI KORPORAT UNIVERSITI

1.0 TUJUAN

Pekeliling ini bertujuan untuk memaklumkan kepada semua Pusat Tanggungjawab (PTJ) di seluruh sistem Universiti Teknologi MARA (UiTM) dan mana-mana pihak yang terlibat mengenai Dasar Imej dan Identiti Korporat Universiti.

2.0 LATAR BELAKANG

- 2.1 Imej korporat bagi sesebuah organisasi memainkan peranan penting dalam memperlihatkan kemantapan identiti organisasi tersebut. Begitu juga dengan UiTM, imej dan identiti korporat universiti merupakan salah satu elemen yang sangat dititikberatkan dalam mengekalkan serta meningkatkan reputasi universiti.
- 2.2 Sehubungan itu, Mesyuarat Majlis Eksekutif Universiti (MEU) Bil. 28/2020 dan Mesyuarat Majlis Eksekutif Universiti (MEU) Bil. 12/2021 pada 31 Mac 2021 telah meluluskan Dasar Imej dan Identiti Korporat Universiti sebagai inisiatif untuk memperkukuh jenama universiti menerusi beberapa garis panduan yang ditetapkan.
- 2.3 Dasar Imej dan Identiti Korporat Universiti disediakan bagi memastikan keseragaman dan pematuhan kepada garis panduan yang ditetapkan oleh pihak universiti ke arah ketampakan imej dan identiti universiti dalam semua aspek.

3.0 PELAKSANAAN

3.1 Dasar Imej dan Identiti Korporat Universiti adalah seperti di lampiran 1.

3.2 Dasar Imej dan Identiti Korporat Universiti berkuat kuasa sepertimana keputusan Mesyuarat Majlis Eksekutif Universiti (MEU) Bil. 28/2020 pada 02 September 2020 merangkumi:

- i. Garis Panduan Penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM
- ii. Garis Panduan Penggunaan Moto UiTM
- iii. Garis Panduan Penggunaan Bahasa Melayu
- iv. Etika Berpakaian Staf UiTM
- v. Garis Panduan Imej Bahan Promosi dan Pengiklanan

4.0 TARIKH DIKELUARKAN

Pekeliling ini dikeluarkan pada 19 Julai 2021.

5.0 TARIKH KUAT KUASA

Pekeliling ini berkuat kuasa mulai 19 Julai 2021.

6.0 PEMAKAIAN

Pekeliling ini adalah terpakai kepada semua staf, pelajar, Pusat Tanggungjawab (PTJ) dan pihak berkepentingan di seluruh sistem Universiti Teknologi MARA.



PROFESOR Ts. DR HAJAH ROZIAH MOHD JANOR
Timbalan Naib Canselor (Akademik dan Antarabangsa)
Menjalankan Fungsi Naib Canselor

Salinan Kepada:
Semua Rektor UiTM Cawangan
Semua Dekan Fakulti
Semua Ketua Jabatan / Bahagian / Pusat / Unit
Semua Warga UiTM

Bil. Fail : 100-JKK (PT.9/10/9)
No Siri : 100-UiTM (NC6/2) 12/2021

DASAR IMEJ DAN IDENTITI KORPORAT UNIVERSITI

Pengenalan

Penjenamaan bagi sebuah organisasi mampu membuka ruang dan peluang baharu untuk memperkukuh serta meletakkan jenama berkenaan sebagai suatu jenama unggul.

Sebagai sebuah universiti tersohor, UiTM perlu memperlihatkan identiti dan menjaga kualiti jenama setanding dengan universiti ternama lain di dunia yang mempunyai identiti tersendiri yang bersepadu dan mudah dikenali umum.

Logo rasmi UiTM yang telah diguna pakai sejak 1999 sehingga kini sememangnya dikenali umum sama ada di dalam mahupun di luar negara. Logo ini adalah elemen utama yang mesti ditonjolkan dengan optimum secara visual menerusi media mahupun kewujudan fizikal berkaitan dengan UiTM. Justeru itu, adalah penting untuk memastikan ia terus ditampilkan secara profesional dan bersepadu.

Dalam konteks untuk memperkukuh jenama UiTM secara menyeluruh, setiap Pusat Tanggungjawab (PTJ) hendaklah mematuhi Pekeliling Naib Canselor Bilangan 02 Tahun 2019 yang telah ditetapkan iaitu tidak membenarkan penggunaan logo dengan rekaan tersendiri sama ada bagi tujuan penerbitan rasmi dalaman atau luaran, bercetak atau secara elektronik termasuk di laman sesawang dan media sosial yang lain.

Dasar Imej dan Identiti Korporat Universiti berkuat kuasa seperti mana Keputusan Mesyuarat Majlis Eksekutif Universiti (MEU) Bil. 28/2020 pada 02 September 2020.

1. Garis Panduan Penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM
2. Garis Panduan Penggunaan Moto UiTM
3. Garis Panduan Penggunaan Bahasa Melayu
4. Etika Berpakaian Staf UiTM
5. Garis Panduan Imej Bahan Promosi dan Pengiklanan

1. Garis Panduan Penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM

1.1 Tujuan

Garis Panduan ini bertujuan untuk memastikan penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM adalah seragam dari segi rupa, bentuk, muka taip, warna, kaedah dan ciri-ciri dalam semua bentuk bahan penerbitan sama ada bercetak mahupun elektronik.

1.2 Skop

Diguna pakai oleh semua Pusat Tanggungjawab (PTJ).

1.3 Panduan Penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM

- 1.3.1 Logo rasmi UiTM hendaklah digunakan dalam semua bentuk penerbitan rasmi universiti.
- 1.3.2 *Tagline* UiTM adalah “**Menyerlahkan Potensi Membentuk Masa Hadapan**”. *Tagline* ini mesti digunakan untuk semua penerbitan dan program rasmi universiti.
- 1.3.3 Frasa UiTM adalah “**UiTM di hatiku**”.
- 1.3.4 Penggunaan *tagline* UiTM “Menyerlahkan Potensi Membentuk Masa Hadapan” bersekali dengan frasa UiTM, “UiTM di hatiku” adalah bagi penerbitan dan program rasmi universiti.
- 1.3.5 Elemen-elemen teknikal yang perlu dipatuhi berkaitan logo rasmi UiTM ini hendaklah seperti yang terkandung di dalam Manual Imej dan Identiti Korporat Universiti edisi terkini.
- 1.3.6 Kaedah penggunaan logo rasmi UiTM oleh pihak PTJ hendaklah mematuhi Pekeliling Naib Canselor Bilangan 02 Tahun 2019.
- 1.3.7 Semua PTJ tidak dibenarkan untuk membuat sebarang pindaan atau pengubahsuaian kepada logo rasmi, *tagline* dan frasa UiTM yang telah ditetapkan.

- 1.3.8 Penggunaan logo rasmi, nama UiTM, *tagline* dan frasa UiTM oleh pihak luar untuk tujuan pengkomersialan hendaklah mendapat kelulusan daripada Jabatan Komunikasi terlebih dahulu dari segi reka bentuk dan kedudukan atau peletakan.
- 1.3.9 Garis Panduan Penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM hendaklah dibaca bersekali dengan Garis Panduan Penggunaan Bahasa Melayu.

2. Garis Panduan Penggunaan Moto UiTM

2.1 Tujuan

Garis Panduan ini bertujuan untuk memastikan penggunaan moto UiTM adalah seragam.

2.2 Skop

Diguna pakai oleh semua Pusat Tanggungjawab (PTJ).

2.3 Panduan Penggunaan Moto UiTM

2.3.1 Moto UiTM adalah "**Usaha, Takwa, Mulia**".

2.3.2 Semua PTJ tidak dibenarkan untuk membuat sebarang pindaan atau pengubahsuaian pada moto UiTM.

3. Garis Panduan Penggunaan Bahasa Melayu

3.1 Tujuan

Garis Panduan ini bertujuan untuk memastikan penggunaan bahasa Melayu dalam semua urusan rasmi UiTM.

3.2 Skop

Diguna pakai oleh semua Pusat Tanggungjawab (PTJ).

3.3 Panduan Penggunaan Bahasa Melayu

- 3.3.1 Sebarang bentuk penulisan bagi tujuan urusan rasmi universiti hendaklah menggunakan bahasa Melayu.
- 3.3.2 Sebarang bentuk penulisan bagi tujuan urusan rasmi bahan-bahan promosi dan publisiti hendaklah dalam bahasa Melayu.
- 3.3.3 Terma “tujuan rasmi” dalam konteks dasar ini merujuk kepada sebarang tujuan yang berkaitan dengan urusan Kerajaan Persekutuan, Kerajaan Negeri, pihak berkuasa awam dan agensi kerajaan yang lain.
- 3.3.4 Walau bagaimanapun, perkara-perkara berikut hendaklah tidak termasuk dalam maksud “tujuan rasmi” di atas:
 - (a) sebarang urusan yang berkaitan dengan pengajaran dan pembelajaran
 - (b) sebarang urusan yang berkaitan dengan hasil kajian, penyelidikan dan perundingan
 - (c) sebarang urusan dengan mana-mana pihak dari negara luar
 - (d) sebarang urusan yang melibatkan staf atau pelajar antarabangsa; dan
 - (e) sebarang urusan berkaitan dengan program yang bersifat antarabangsa
- 3.3.5 Penggunaan penulisan bahasa Inggeris adalah dibenarkan dalam keadaan yang mana penggunaan bahasa Melayu adalah tidak bertepatan atau tidak praktikal untuk urusan rasmi tersebut.

- 3.3.6 Penggunaan bahasa Inggeris bagi *tagline* UiTM, “Menyerlahkan Potensi Membentuk Masa Hadapan” boleh diterjemahkan kepada “*Unleashing Potentials Shaping the Future*” bagi urusan rasmi universiti yang menggunakan bahasa Inggeris sebagai bahasa pengantar sesuatu majlis dan yang melibatkan penyertaan antarabangsa.

4. Etika Berpakaian Staf UiTM

4.1 Tujuan

Etika ini bertujuan untuk memastikan semua staf mematuhi etika pakaian semasa waktu bekerja dan semasa menghadiri upacara-upacara rasmi.

4.2 Skop

Diguna pakai oleh semua staf UiTM.

4.3 Panduan Etika Berpakaian Staf UiTM

- 4.3.1 Etika berpakaian hendaklah berpandukan pada Pekeliling Pendaftar Bilangan 15/2011 : Etika Pakaian dan Sahsiah Rupa Diri Semasa Bekerja Bagi Staf Universiti Teknologi MARA atau mana-mana arahan universiti dari semasa ke semasa.
- 4.3.2 Pusat Tanggungjawab (PTJ) hendaklah memastikan pematuhan etika berpakaian staf ketika waktu bertugas.
- 4.3.3 PTJ diberi kuasa untuk mengambil tindakan terhadap mana-mana staf yang tidak mematuhi etika berpakaian yang telah ditetapkan.
- 4.3.4 PTJ perlu memastikan pemakaian baju korporat universiti yang seragam dipatuhi sama ada dari segi reka bentuk dan spesifikasi yang telah ditetapkan.
- 4.3.5 Dalam konteks panduan ini, terma-terma berikut hendaklah mempunyai maksud seperti yang diperihalkan:
 - (a) "Waktu bekerja" bermaksud tempoh masa yang ditetapkan bagi seseorang staf itu bekerja; dan
 - (b) "Upacara rasmi" bermaksud sebarang acara, program atau majlis yang dianjurkan oleh atau untuk tujuan Kerajaan Persekutuan, Negeri atau pihak berkuasa awam.

5. Garis Panduan Imej Bahan Promosi dan Pengiklanan

5.1 Tujuan

Garis Panduan ini bertujuan untuk menyeragamkan dan menyelaraskan imej bagi bahan-bahan promosi dan pengiklanan di UiTM.

5.2 Skop

Diguna pakai di seluruh kampus UiTM.

5.3 Panduan Imej dan Reka Bentuk Bahan Promosi, Pengiklanan Komersial di UiTM

- 5.3.1 Semua ruang niaga berstruktur hendaklah menggunakan reka bentuk papan tanda perniagaan yang disediakan oleh UiTM (jika ada).
- 5.3.2 Perkara-perkara berikut adalah dilarang untuk dilakukan sebelum mendapatkan kebenaran daripada Jabatan Komunikasi:
- (a) mengubah suai reka bentuk atau mana-mana keadaan sama ada di dalam atau di luar ruang niaga berstruktur
 - (b) memasang dan menggantung sebarang bentuk bahan promosi atau pengiklanan di ruang niaga berstruktur; dan
 - (c) menggunakan sebarang bentuk bahan promosi atau pengiklanan perniagaan.
- 5.3.3 Sebarang bentuk aktiviti hebahan, promosi dan penganjuran acara di peringkat antarabangsa hendaklah kekal menggunakan logo rasmi, *tagline* dan frasa UiTM seperti yang dinyatakan dalam Garis Panduan Penggunaan Logo Rasmi, *Tagline* dan Frasa UiTM.
- 5.3.4 Sebarang bentuk aktiviti, promosi dan penganjuran acara yang melibatkan perniagaan oleh Pusat Tanggungjawab (PTJ) atau pihak luar hendaklah terlebih dahulu mendapatkan kelulusan daripada Jawatankuasa Pengurusan Ruang Niaga.

5.3.5 Garis Panduan ini juga adalah tertakluk kepada Manual Pengurusan Ruang Niaga UiTM.

5.4 Panduan Pemasangan dan Penyeragaman Bahan Promosi atau Pengiklanan dan Papan Tanda Perniagaan di UiTM

5.4.1. Sebarang pemasangan dan penggantungan bahan promosi atau pengiklanan oleh PTJ perlu mendapat kebenaran dan kelulusan daripada Pejabat Pembangunan Infrastruktur dan Infostruktur terlebih dahulu.

5.4.2 Pemasangan dan penggantungan bahan promosi atau pengiklanan hanya dibenarkan di tempat dan tempoh yang telah diluluskan sahaja.

5.4.3 Sebarang bentuk bahan promosi atau pengiklanan tidak dibenarkan dipasang dan digantung di ruang niaga berstruktur tanpa kebenaran daripada Pejabat Pembangunan Infrastruktur dan Infostruktur terlebih dahulu.

5.4.4 Sebarang pemasangan dan penggantungan bahan promosi atau pengiklanan di pintu-pintu utama seluruh kampus UiTM adalah tidak dibenarkan sama sekali.

5.4.5 Semua kampus boleh memasang papan tanda elektronik di pintu masuk utama bagi tujuan mempromosi dan memaparkan maklumat aktiviti atau program, tertakluk kepada pematuhan sebarang bentuk undang-undang yang berkuat kuasa.

5.4.6 Sebarang penghasilan bahan promosi atau pengiklanan berbentuk komersial hendaklah mendapatkan kelulusan daripada:

- (a) Jabatan Komunikasi bagi Universiti Teknologi MARA Shah Alam
- (b) Rektor bagi Universiti Teknologi MARA Cawangan