

Bila menjawab, sila nyatakan nombor ini.

No. Sebut Harga: MAIS BIL. SH4/2026



MAJLIS AGAMA ISLAM SELANGOR

**PENTING : DOKUMEN MEJA INI HANYA UNTUK RUJUKAN DAN TIDAK DIANGGAP
SEBAGAI DOKUMEN SEBUT HARGA**

**PERKHIDMATAN PENYEDIAAN PENGUKUHAN JENAMA DAN KOMUNIKASI PEMASARAN
DIGITAL BERSEPADU MAJLIS AGAMA ISLAM SELANGOR (MAIS) BAGI TAHUN 2026**

1. Bagi sebarang pertanyaan teknikal sila rujuk di bawah:

**BAHAGIAN KOMUNIKASI KORPORAT
MAJLIS AGAMA ISLAM SELANGOR**

PEGAWAI UNTUK DIHUBUNGI:

PUAN NOORMALA BINTI MOHD SA'AD

(Emel: noormala@mais.gov.my)

2. Bagi sebarang pertanyaan berkenaan dokumen sebut harga, sila rujuk di bawah:

**BAHAGIAN BELANJAWAN & PEROLEHAN
MAJLIS AGAMA ISLAM SELANGOR**

PEGAWAI UNTUK DIHUBUNGI:

**PUAN RAJA NURHIDAYAH BINTI RAJA HASSANUDDIN
PUAN RAFKAH BINTI HAJI ASRI**

(Emel: rajahidayah@mais.gov.my/unitperolehan@mais.gov.my)

SPESIFIKASI PERKHIDMATAN

PERKHIDMATAN PENYEDIAAN PENGUKUHAN JENAMA DAN KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL BERSEPADU MAJLIS AGAMA ISLAM SELANGOR (MAIS) BAGI TAHUN 2026

PENDAHULUAN

Majlis Agama Islam Selangor (MAIS) sedang dalam pelantikan Perunding bagi melaksanakan Kempen Komunikasi Pemasaran Digital Bersepadu tahun 2026.

Kempen ini bertujuan untuk memperkukuhkan kedudukan dan persepsi jenama MAIS sebagai Pusat Pemudah Cara bagi hal ehwal agama Islam di negeri Selangor.

Sehubungan itu, MAIS memerlukan agensi Pembekal Perkhidmatan *Digital Marketing* yang berpengalaman, berdaya saing dan mempunyai rekod prestasi cemerlang untuk membantu merealisasikan matlamat strategik pemasaran, periklanan dan analitik data secara menyeluruh yang secara tidak langsung dapat memperkukuhkan peranan MAIS sebagai sebuah institusi agama yang diyakini dan dipercayai oleh masyarakat.

OBJEKTIF KEMPEN DAN PERKHIDMATAN PERUNDING

Mendapatkan khidmat Pembekal Perkhidmatan yang profesional dalam bidang komunikasi pemasaran digital dan pengiklanan bagi:

1. **Memperkukuhkan jenama MAIS** sebagai Pemudah Cara hal ehwal agama Islam di negeri Selangor.
2. **Membangunkan dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran digital bersepadu** yang *holistic* dan *ROI-Driven*.
 - Merangka pelan pemasaran dan periklanan digital yang berasaskan data, teknologi terkini dan mampu memberikan pulangan pelaburan (ROI) yang jelas yang selaras dengan objektif serta hala tuju strategik MAIS
3. **Meningkatkan Capaian dan Engagement Digital**
 - Memperluas kesedaran masyarakat tentang peranan MAIS melalui strategi komunikasi bersepadu merangkumi saluran digital dan mengoptimumkan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran bersepadu MAIS bagi mencapai capaian dan impak digital yang tinggi.
4. **Keterlihatan Jenama**
 - Meningkatkan tahap kebolehlihatan (*visibility*) dan kehadiran jenama MAIS dalam kalangan masyarakat sebagai institusi agama yang dipercayai.
5. **Mewujudkan Dashboard Prestasi Masa Nyata (*Real-Time*)**
 - Memberikan akses kepada pengurusan MAIS untuk menilai kempen secara langsung bagi mempercepatkan Keputusan strategik.
6. **Menyokong Pasukan Dalaman (Bahagian Komunikasi Korporat)**
 - Bertindak sebagai rakan strategik kepada pasukan komunikasi korporat MAIS, mengelak pertindihan tugas dan memindahkan ilmu digital marketing melalui konsultasi.

SKOP KERJA PERKHIDMATAN PERUNDING

1. MEMBANGUNKAN PERANCANGAN PROMOSI PEMASARAN DIGITAL YANG STRATEGIK

Menyediakan pelan perancangan promosi pemasaran digital yang strategik dan komprehensif melalui perancangan, penyelarasan dan pengurusan kempen secara berfasa bagi setiap bulan bagi tahun 2026 bermula 1 Mei-15 Disember.

2. MERANGKA FORMULA STRATEGIK

Membina formula strategik komunikasi pemasaran yang praktikal dan berimpak termasuk unjuran Pulangan Pelaburan dari segi tahap *engagement* dan *impression*.

3. MENCIPTA KONSEP KOMUNIKASI DIGITAL

Membangunkan konsep dan struktur komunikasi pemasaran digital yang merangkumi:

- Pembangunan kandungan
- Kreatif visual dan video
- Penulisan iklan dan penulisan skrip
- Mesej utama
- Kumpulan sasaran
- Kekekapan komunikasi

4. MENGOPTIMUMKAN PERLAKSANAAN KEMPEN

- Menghasilkan kandungan yang mendorong tindakan langsung oleh sasaran kempen untuk **meningkatkan capaian dan *engagement* digital minimum 6 kempen secara bersepadu.**
- Memperluas kesedaran masyarakat tentang peranan MAIS melalui strategi komunikasi bersepadu merangkumi saluran digital dan mengoptimumkan pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran bersepadu MAIS bagi mencapai capaian dan impak digital yang tinggi.
- Sasaran minimum capaian dalam tempoh kempen sebulan adalah:
 - (i) **Minimum *Total Paid Impressions*: antara 800 sehingga 1 juta *Impressions***
 - (ii) **15 video iklan**
 - (iii) **9 x iklan statik**
 - (iv) **2 x iklan *banner***

5. MENGENALPASTI PEMBELIAN MEDIA DAN KOS

Merancang pembelian media digital yang berkesan bagi memastikan pencapaian objektif kempen secara optimum meliputi iklan di Media Sosial Rasmi MAIS yang bersesuaian antaranya Facebook, Tik Tok, Intragram, You Tube dan Google Ad.

6. MENYEDIKAN LAPORAN BERKALA

Menyediakan laporan prestasi kempen secara berkala (setiap bulan) berserta analisis dan cadangan penambahbaikan secara berterusan.

7. KANDUNGAN KEMPEN MELIPUTI:**a. Pengukuhan Jenama MAIS**

- (i) Fungsi dan peranan MAIS
- (ii) Carta Pentadbiran MAIS, Agensi dan anak Syarikat MAIS
- (iii) Perbezaan MAIS dan JAIS

b. Perkhidmatan MAIS

- (i) Fidyah - Kutipan dan agihan
- (ii) Pengurusan Harta - Wasiat, hibah, wang tidak patuh syariah, harta pusaka
- (iii) Sewaan Hartanah dan premis

c. Lain-lain Perkhidmatan MAIS

- (i) Perkhidmatan Guaman Syarie
- (ii) Pemulihan al-Riqab dan Pendaftaran Muallaf

8. TEMPOH KEMPEN/PERIKLANAN:

1 Mei sehingga 15 Disember