



OMBUDSMAN

REPUBLIK INDONESIA

KERANGKA ACUAN KERJA

Kegiatan :

**BELANJA JASA PENGELOLA MEDIA SOSIAL
OMBUDSMAN RI**

TAHUN ANGGARAN 2024

Jl. HR. Rasuna Said Kav. C-19 Kuningan, Jakarta Selatan 12920

Telp. (021) 2251 3737

Fax. (021) 5296 0907 / 5296 0908

LEMBAR KERANGKA ACUAN KERJA

LATAR BELAKANG

Ombudsman Republik Indonesia yang selanjutnya disebut Ombudsman adalah Lembaga Negara yang mempunyai kewenangan mengawasi Penyelenggaraan Pelayanan Publik baik yang diselenggarakan oleh penyelenggara Negara dan pemerintahan termasuk yang diselenggarakan oleh Badan Usaha Miliki Negara, Badan Usaha Milik Daerah, dan Badan Hukum milik Negara serta Badan Swasta atau perseorangan yang diberi tugas menyelenggarakan pelayanan publik tertentu yang sebagian atau seluruh dananya bersumber dari anggaran pendapatan dan belanja Negara dan/atau anggaran pendapatan dan belanja daerah.

Ombudsman merupakan Lembaga Negara yang bersifat mandiri dan tidak memiliki hubungan organik dengan Lembaga Negara dan instansi pemerintahan lainnya, serta dalam menjalankan tugas dan wewenangnya bebas dari campur tangan kekuasaan lainnya.

Ombudsman dalam menjalankan tugas dan wewenangnya berasaskan pasal 3 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia :

1. Kepatutan
2. Keadilan
3. Non-diskriminasi
4. Tidak memihak
5. Akuntabilitas
6. Keseimbangan
7. Keterbukaan dan Kerahasiaan

KHUSUS

Penyedia barang dan Jasa Pengelola Media Sosial adalah perusahaan yang bergerak di bidang Jasa Pengelola Media Sosial, berpengalaman menangani **Kegiatan Sejenis** minimal 1 (satu) tahun dalam kurun waktu 3 (dua) tahun terakhir dengan menyediakan tenaga kerja yang terampil, sistem/metode pengelolaan media sosial yang baik dan teruji, menyediakan peralatan kerja dan bahan pendukung yang memadai, serta bertanggung jawab terhadap hasil pekerjaan.

DASAR HUKUM

- a. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 37 Tahun 2008 Tentang Ombudsman Republik Indonesia.
- b. Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang dan Jasa Pemerintah.

DESKRIPSI KEGIATAN

- a. Nama Kegiatan : Belanja Jasa Lainnya
- b. Nama Pekerjaan : Belanja Jasa Jasa Pengelola Media Sosial
- c. Pengelola Kegiatan : Ombudsman Republik Indonesia
- d. Lokasi Kegiatan : Ombudsman Republik Indonesia - Jakarta
- e. Sumber Dana : APBN Tahun Anggaran 2024
- f. Estimasi Pekerjaan : 12 (dua belas) bulan (Januari – Desember)

LINGKUP KEGIATAN

RUANG LINGKUP PEKERJAAN

1. Lokasi Pekerjaan

Lokasi pekerjaan Jasa Pengelola Media Sosial adalah di Ombudsman Republik Indonesia, Jalan HR. Rasuna Said Kav. C-19 RT 01 RW 05 Kelurahan Karet Kuningan Jakarta Selatan DKI Jakarta 12920.

2. Ruang Lingkup Pekerjaan

Cakupan pekerjaan Jasa Pengelola Media Sosial di Ombudsman Republik Indonesia, meliputi pekerjaan:

A. Pengelolaan Media Sosial Ombudsman

1. Instagram

- Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan *followers*, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Kementerian/Lembaga/Instansi lain.
- Memproduksi dan memposting minimal 1 (satu) konten dan maksimal 3 (tiga) konten tiap harinya untuk *feeds* (dapat berupa Video/ Grafis/ Infografis).
- *Treatment caption* yang edukatif.
- Setiap harinya meramaikan konten *stories* yang dapat berupa produksi, *repost* konten perwakilan atau fitur yang disediakan oleh platform (*games*, tanya jawab, kuis, dll) dengan menggunakan frame atau tema yang identic dengan Ombudsman RI.
- Memproduksi konten video *Reels* dan/atau konten dalam format lain sesuai dengan fitur yang disediakan oleh Instagram minimal 1 kali dalam seminggu
- Membuat strategi pengelolaan konten per minggu yang disampaikan 1 minggu sebelumnya untuk dapat direviu.
- Memproduksi konten yang sesuai dengan kebutuhan/isu yang dekat dengan *followers*.

2. Twitter

- Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting *tweet*, *mention*, *retweet*, *Direct Message*, *story*, dan konten dalam fitur lain yang disediakan Twitter.
- Minimal 3 *tweet* setiap hari.
- Membuat *tweet* dengan gaya bahasa bernuansa santai

namun tetap berwibawa untuk membagikan informasi, mencari informasi, *share* postingan, *share* berita, dan/atau atau apa saja informasi yang muncul di *timeline*.

- Dapat membuat *tweet* sekaligus menyebutkan akun twitter tertentu. Misal dilihat pada gambar di bawah (konten produksi), berbagi informasi dengan *mention* akun tertentu atau pejabat negara yang sesuai dengan tema postingan.
- Memproduksi konten yang sesuai dengan kebutuhan/isu yang dekat dengan *followers*.
- Membuat strategi pengelolaan konten per minggu yang disampaikan 1 minggu sebelumnya untuk dapat direviu.

3. Fanpage Facebook

- Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan fans, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Kementerian/Lembaga/Instansi lain.
- Membuat minimal 1 (satu) konten dan maksimal 3 (tiga) konten tiap harinya yang berupa Video/ Grafis/ Infografis.
- *Treatment caption* yang edukatif dapat berupa mengundang orang lain untuk menyukai halaman dan/atau tag akun Ombudsman RI.
- Memaksimalkan untuk penggunaan fitur Facebook Live
- Pengaktifan konten otomatis terkait jadwal tayang yang dapat berkolaborasi dengan perwakilan
- Memproduksi konten yang sesuai dengan kebutuhan/isu yang dekat dengan *followers*.
- Memaksimalkan fitur *fanpage* atau *group* yang dapat dimaksimalkan guna membangun *engagement* dan dampak positif bagi akun Ombudsman RI
- Membuat strategi pengelolaan konten per minggu yang disampaikan 1 minggu sebelumnya untuk dapat direviu.

4. Youtube

- Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan *subscriber*, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Kementerian/Lembaga/Instansi lain.
- Minimal 4 (empat) konten tiap bulannya yang berupa video.
- Memaksimalkan fitur *thumbnail* yang edukatif guna meningkatkan *engagement* akun Ombudsman RI.
- Maksimalikan untuk penggunaan fitur Youtube (Playlist, Komunitas, dan Channel) dalam pemanfaatan akun.

- Pengaktifan konten otomatis untuk jadwal tayang dapat berkolaborasi dengan perwakilan
- Konten yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan/isu hangat *subscriber* Youtube.
- Membuat strategi pengelolaan konten per bulan yang disampaikan 1 bulan sebelumnya untuk dapat direviu.
- Admin dapat mempersiapkan jadwal untuk Live Kegiatan

5. TikTok

- Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan fans, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Kementerian/Lembaga/Instansi lain.
- Memproduksi minimal 1 konten video dalam 1 minggu berisi informasi atau edukasi terkait Ombudsman RI yang dikemas secara ringan sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok
- Membuat strategi pengelolaan konten per bulan yang disampaikan 1 bulan sebelumnya untuk dapat direviu.
- Memaksimalkan fitur pada TikTok untuk meningkatkan *engagement* akun Ombudsman RI.

6. Pelaksanaan aktivasi digital lainnya dengan detail:

- Konten *tidak mirroring* pada setiap platform dengan strategi *delivering and treatment message* sesuai dengan karakteristik masing-masing kanal media sosial.
- Terdapat konten yang setiap minggunya khusus mengulas kinerja Ombudsman RI pada setiap tim yang ada
- Membentuk strategi pengelolaan media sosial dengan tujuan membangun *image* atau *brand positioning* Ombudsman RI sebagai Lembaga Negara independen dan dekat dengan masyarakat.

7. Pelaksanaan strategi media sosial bulanan untuk kanal Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan Youtube. Di setiap akhir bulan akan disiapkan rekomendasi strategi untuk bulan berikutnya berdasarkan performa strategi pada bulan berjalan/bulan sebelumnya.

8. Target untuk peningkatan tiap kanal pada setiap bulannya sebagai berikut:

Channel	Indikator	KPI (monthly)
Instagram	Growth	1.000
	Impression	100.000
	Reach	50.000
	Engagement	10.000
Facebook	Growth	500
	Impression	200.000
	Reach	100.000
	Engagement	10.000
Twitter	Growth	2.500
	Impression	150.000
	Engagement	5.000
Youtube	Growth	100
	Impression	15.000
	Views	5.000
TikTok	Growth	100
	Engagement	1.000
	Views	5.000

Tujuan utama adalah meningkatkan *engagement rate* pada akun media sosial Ombudsman sesuai dengan KPI yang telah disepakati (perencanaan tahunan dipaparkan di awal kerja sama).

9. Pelaksanaan strategi media sosial untuk menghadirkan nilai Ombudsman RI yang lebih dekat dan hangat di masyarakat, dengan konten yang ringan dan sesuai dengan perkembangan masyarakat. Nilai yang dimaksud antara lain; responsif, informatif, mudah dipahami, transparan dan akuntabel, serta dapat diandalkan.
10. Pelaksanaan rencana editorial konten dan administrasi media sosial untuk akun media sosial Ombudsman dengan ide dan narasi konten disusun oleh pengelola media sosial dengan ruang lingkup tahunan, bulanan, mingguan dan harian (perencanaan bulanan dipaparkan di akhir bulan sebelum masuk bulan berikutnya).
11. Pembuatan strategi pengelolaan media sosial berupa integrasi dan koordinasi dengan seluruh akun media sosial Kantor

Perwakilan Ombudsman RI.

12. Pelibatan akun dan/atau admin media sosial Kantor Perwakilan Ombudsman RI dalam pelaksanaan strategi atau kampanye media sosial dengan tujuan meningkatkan *engagement* antar akun dan penyeragaman konten.
13. Menginisiasi dan membuat konten dengan melibatkan *Key Opinion Leader (KOL)* atau *influencer* dengan tujuan menyebarluaskan informasi tentang Ombudsman RI minimal 4 kali dalam satu tahun.
14. Membuat narasi laporan penayangan konten media sosial untuk disebarluaskan melalui aplikasi *messenger* seperti Whatsapp.
15. Pelaksanaan moderasi media sosial dengan melakukan pengelolaan dan menanggapi (respon awal) dengan tingkat kecepatan menanggapi maksimal 1 jam untuk seluruh *comment* dan *mention* (laporan bulanan dipaparkan di akhir bulan).
16. Pelaksanaan pemantauan media sosial dengan kata kunci yang harus dipantau yang akan ditentukan dalam rapat evaluasi bulanan (laporan bulanan dipaparkan di akhir bulan). Misalnya: Ombudsman RI, pelayanan publik, dst.
17. Pembuatan laporan kinerja dan pemaparan laporan yang dilakukan setiap akhir bulan.
18. Pelaksanaan laporan media sosial dengan menyusun laporan dalam format yang telah ditetapkan (laporan bulanan, triwulan, tahunan).
19. Pelaksanaan pengelolaan kampanye media sosial atau aktifitas media sosial dan laporan kampanye dengan melakukan penyusunan, pengelolaan, pengimplementasian, dan monitoring evaluasi kampanye media sosial (rencana tahunan, triwulan, bulanan).
20. Menghadiri pertemuan yang diselenggarakan Ombudsman maksimal 1 kali per bulan (di luar pertemuan mendesak).
21. Mempersiapkan bahan grafis harian untuk media sosial (*key content, sapaan, toner, manner, mockup, bumper, template*), materi visual untuk Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, TikTok, menyusun perencanaan bahan secara mandiri maupun sesuai permintaan Ombudsman (sesuai dengan kebutuhan).
22. Mempersiapkan bahan grafis harian untuk media sosial (*key content, sapaan, toner, manner, mockup, bumper, template*), materi audio visual untuk Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, TikTok
23. Menyusun perencanaan bahan secara mandiri (konten kreatif) maupun sesuai permintaan Ombudsman (sesuai dengan

- kebutuhan).
24. Melaporkan hasil kinerja Ombudsman melalui infografis di Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok dan Youtube terkait jumlah aduan hingga jumlah pengaduan yang terselesaikan secara reguler yakni pada semester I dan semester II tahun 2021.
 25. Menyelenggarakan *mini-quiz series* setiap bulan dimasing masing platform yang sesuai dengan kebutuhan konten yang sedang populer dan diberikan reward kepada followers/fans.
 26. Menjalani komunikasi digital yang baik dan hangat dengan berbagai instansi/kementerian/lembaga lain melalui akun media social.
 27. Melakukan survei daring menggunakan *Microsite* guna menyajikan evaluasi yang lebih komprehensif.
 28. Pelaksanaan produksi konten bergerak untuk media sosial untuk setiap bulannya (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, dan TikTok) berupa:
 - a. Videografis bergerak dan pengisi suara;
 - b. Animasi GIF
 - c. Video 2.5 Parallax
 - d. Video *Kinetic Typography*
 - e. Video *Cinemagraph* (minimal 1 konten per bulan)
 29. Menyediakan desainer grafis yang dapat *stand by* untuk konten-konten bersifat mendadak dan insidental sesuai dengan isu yang sedang ditangani Ombudsman RI
 30. Membantu dalam hal terjadinya kendala pengelolaan media sosial, baik dalam ruang lingkup Kantor Ombudsman RI Pusat maupun Perwakilan
 31. Dapat melakukan *live report* di kota - kota besar selain Jakarta minimal 3 kali dalam 1 tahun dengan biaya perusahaan penyedia
 32. Membuat perencanaan atau strategi komunikasi krisis dan peta risiko terkait dengan pengelolaan akun Ombudsman RI.

B. Supporting Ads

1. Facebook Ads – Page Like

Jenis Promo untuk akun Facebook terkait penambahan jumlah fans sesuai target *audiens* yang diinginkan dan disepakati (5% dari jumlah fans)

2. Facebook Ads – Page Post Engagement

Jenis Promo posting konten di Facebook untuk memperbanyak *like, comment, share* sesuai dengan target *audiens* yang disasar

dan disepakati (5 % dari jumlah fans)

3. *Instagram Ads –Reach*

Jenis promo pada akun instagram untuk meningkatkan audiens yang mendapat/ terkena terpaan sesuai yang diinginkan. (5% dari jumlah pengikut)

4. *Instagram Ads – Page Post Engagement*

Jenis promo posting konten di Instagram agar memperbanyak *like, comment, share* sesuai dengan target *audiens*. (5% dari jumlah pengikut)

5. Youtube Ads

Jenis Promo posting konten di Youtube untuk memperbanyak *like, comment, share* sesuai dengan target *audiens* yang disasar dan disepakati. (5 % dari jumlah fans)

6. *KOL/ Influencers*

Optimalisasi *placement* dengan kata kunci dengan melibatkan orang yang membawa pengaruh besar pada media sosial (1 bulan 1 kali).

C. Monitoring Media Sosial

1. Menghitung seberapa banyak Ombudsman RI dibicarakan serta memberikan daftar *top influencer*-nya.
2. Menganalisa performa media sosial 34 Kantor Perwakilan Ombudsman RI.
3. Analisis sentimen, memberikan peringatan bila ada sentimen negatif tentang Ombudsman dan memberikan rekomendasi menangani krisis.
4. Analisis jaringan sosial
5. Monitoring isu pelayanan publik dan pengawasan pelayanan publik di media sosial
6. Pemetaan pemangku kepentingan
7. Pemetaan topik dan peta risiko

KETENTUAN TEKNIS

PEKERJAAN JASA PENGELOLA MEDIA SOSIAL

A. Memiliki pengalaman

1. Penyedia jasa pernah melakukan atau melaksanakan pekerjaan sejenis paling kurang 1 pekerjaan dalam kurun waktu 2 tahun terakhir baik di lingkungan pemerintah maupun swasta, termasuk pengalaman subkontrak (dibuktikan dengan kontrak kerja dan BAP).
2. Pengalaman dalam pekerjaan sosial melalui media sosial instansi pemerintahan atau perusahaan swasta multinasional minimal 1 kali dalam 2 tahun terakhir dengan nilai kontrak minimal 50% nilai total HPS atau pagu anggaran (dibuktikan dengan kontrak kerja dan BAP).
3. Pengalaman dalam menangani respons negatif di dunia digital dengan memberikan contoh kasus yang pernah dialami.
4. Nilai pekerjaan sejenis tertinggi dalam kurun waktu 2 tahun terakhir paling kurang sama dengan 50% nilai total HPS atau pagu anggaran.
5. Tidak pernah melakukan wanprestasi dalam pengelolaan media sosial sejenis paling kurang dalam kurun waktu 2 tahun terakhir

B. Memiliki kemampuan untuk menyediakan sumber daya manusia dan peralatan yang dibutuhkan dalam proses pelaksanaan pekerjaan minimal:

1. *Project Manager*: 1 orang (dibuktikan dengan CV dan Portofolio)
 - *Membuat rencana project*
 - *Mengalokasikan unit tugas kepada tim*
 - *Membentuk komunikasi tim yang efektif*
 - *Mitigasi masalah dan krisis*
 - *Monitoring perkembangan project berdasarkan blueprint*
 - *Membuat report untuk stakeholder*
2. *Content Manager* : 4 orang (dibuktikan dengan CV dan Portofolio)
 - *Mengembangkan strategi konten*
 - *Merencanakan dan mengkoordinasikan konten*
 - *Terlibat dalam pembuatan konten*
 - *Memantau dan mengendalikan konten*
 - *Monitoring perkembangan project berdasarkan blueprint*
 - *Membuat report untuk stakeholder*
3. *Graphic Designer Video* : 1 orang (dibuktikan dengan CV dan Portofolio)
 - *Memadukan unsur seni, visual, dan bahasa dalam sebuah desain untuk menyampaikan suatu pesan.*
 - *Membuat desain yang komunikatif dan mudah dipahami dari tampilan visualnya.*
 - *Menyampaikan pesan dengan cara yang unik dan kreatif, misalnya dengan mengangkat fenomena yang terjadi di*

masyarakat.

- *Melakukan pendayagunaan elemen desain, layout, dan proses teknis, sehingga tercipta karya desain grafis yang sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.*
- *Mengikuti perkembangan agar inovasi desain yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan zaman*

4. *Graphic Designer Graphis : 1 orang (dibuktikan dengan CV dan Portofolio)*

- *Memadukan unsur seni, visual, dan bahasa dalam sebuah desain untuk menyampaikan suatu pesan.*
- *Membuat desain yang komunikatif dan mudah dipahami dari tampilan visualnya.*
- *Menyampaikan pesan dengan cara yang unik dan kreatif, misalnya dengan mengangkat fenomena yang terjadi di masyarakat.*
- *Melakukan pendayagunaan elemen desain, layout, dan proses teknis, sehingga tercipta karya desain grafis yang sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan.*
- *Mengikuti perkembangan zaman agar inovasi desain yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan zaman*

Hari dan Jam Kerja Operasional

Hari dan jam kerja Petugas adalah :

Hari Kerja : Senin – Jumat

Jam Kerja : 08.00 – 17.00

(serta pada waktu-waktu tertentu apabila diperlukan secara mendesak)

PERSIAPAN PELAKSANAAN PEKERJAAN

1. Persiapan Pelaksanaan Pekerjaan

Sebelum melaksanakan kegiatan pekerjaan, penyedia jasa wajib melaksanakan hal-hal sebagai berikut:

- a. Mengurus Surat Izin dari Instansi terkait apabila diperlukan.
- b. Mengadakan Koordinasi dengan Bagian Humas Ombudsman Indonesia.
- c. Apel dan pengecekan peralatan kerja, serah terima kondisi keamanan dengan shift sebelumnya.

2. Persyaratan Umum Tenaga Kerja

- a. Berbadan sehat
- b. Berkelakuan baik
- c. Memenuhi persyaratan teknis minimal yang disebutkan dalam ketentuan.

3. Ketentuan Ketenagakerjaan

Penyedia jasa bertanggung jawab dan wajib memenuhi seluruh peraturan ketenagakerjaan yang berlaku.

4. Jaminan Kualitas

- a. Penyedia jasa wajib memeriksa dan memastikan peralatan kerja dalam kondisi baik (siap pakai) dan jumlah minimal sesuai dengan yang ditetapkan dalam perjanjian kerja.
- b. Penyedia jasa wajib melaksanakan pekerjaan dengan baik sesuai dengan persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan dalam perjanjian kerja.
- c. Penyedia jasa bertanggung jawab terhadap disiplin kehadiran tenaga kerjanya.

TENAGA KERJA

Kualifikasi Sumber Daya Manusia

1. Kualifikasi *Project Manager* :

Bertanggung jawab untuk membantu tim Ombudsman RI merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi pelaksanaan pekerjaan Jasa pengelolaan media sosial, meliputi pengelolaan media sosial, tercapainya seluruh program pengelolaan media sosial Ombudsman RI, dan memastikan pengelolaan media sosial dapat berjalan dengan baik dan terjadi peningkatan dari yang sudah ada, dengan ketentuan:

Pendidikan : Minimal S1 (dibuktikan dengan dokumen)

Pengalaman : Minimal 2 (dua) tahun sebagai pemimpin proyek yang sejenis (dibuktikan dengan CV dan portofolio)

Kemampuan : Sesuai dengan bidang pekerjaan

Jumlah : 1 (satu) Personil

2. Kualifikasi *SDM Content Manager*

Bertanggung jawab untuk membantu *Project Manager* dalam bidang editorial, dengan ketentuan :

Pendidikan : S1 (minimal bidang komunikasi Visual), pengalaman

: Minimal 2 (dua) tahun dalam pekerjaan sejenis

Kemampuan : Sesuai dengan bidang pekerjaan

Jumlah : 1 (satu) personil

3. Kualifikasi *SDM Creative Manager*

Bertanggung jawab atas keamanan dan ketertiban di area pengamanan, dengan ketentuan :

Pendidikan : S1 (minimal bidang desain grafis/desain komunikasi visual) Pengalaman: Minimal 2 (dua) tahun dalam pekerjaan sejenis

Kemampuan : Sesuai dengan bidang pekerjaan

Jumlah : 1 (satu) personil

4. Kualifikasi *Content Videografer*

Bertanggung jawab atas proses produksi konten dalam bentuk video dengan ketentuan:

Pendidikan : S1 (minimal bidang desain grafis/desain komunikasi visual/videografi)

Pengalaman : Minimal 2 (dua) tahun dalam pekerjaan sejenis

Kemampuan : Sesuai dengan bidang pekerjaan

Jumlah : 1 (satu) personil

Total kebutuhan personil adalah **minimal 4 (empat)** personil. Pengalaman dan pendidikan dibuktikan dengan dokumen asli, CV dan portofolio masing-masing personil.

HASIL YANG DIHARAPKAN

1. Terpenuhinya pengelolaan layanan media sosial Ombudsman dan pengelolaan pengaduan melalui Twitter, Facebook, Instagram, Youtube, dan TikTok dalam menunjang kinerja di lingkungan Ombudsman Republik Indonesia. *Output* di Media Sosial mencakup:

Output di Media Sosial	Treatment eksekusi
Post/stories	Menyesuaikan <i>tone</i> visual dan <i>caption</i> sesuai target audiens dan karakteristik masing-masing kanal
	<i>Treatment caption</i> yang edukatif, responsif, dan empatik serta sesuai dengan karakteristik masing-masing kanal
	Memanfaatkan fitur media sosial untuk Membangun <i>engagement</i> dan interaksi dengan publik
<i>Ads</i>	Targeting dan amplifikasi jangkauan konten
Aktivasi/lomba	<i>Treatment affinity</i> audiens diutamakan memiliki tujuan untuk meningkatkan performa layanan kepada masyarakat, bukan sekedar hiburan.
<i>Treatment</i> Penjawaban oleh Admin di Media Sosial	Admin media sosial memiliki SOP penjawaban aduan yang terstandar dikarenakan jumlah aduan yang cukup tinggi melalui media sosial.
Survei/riset audiens media sosial	Evaluasi performa berkala berdasarkan <i>insight</i> audiens, algoritma, dan hasil performa sebelumnya

2. Laporan monitoring media sosial secara berkala yaitu mingguan, bulanan, tahunan, dan laporan yang bersifat insidental pada waktu-waktu tertentu.
3. Strategi pengelolaan media sosial dengan menghadirkan wajah Ombudsman RI sebagai Lembaga Negara Pengawas Pelayanan yang Berintegritas
4. Strategi pengelolaan media sosial yang dapat diperhitungkan kualitas pengelolaan media sosialnya dan berprestasi dalam kompetisi pengelolaan media sosial tingkat Kementerian/Lembaga
- 5.

Hak dan Kewajiban Penyedia Jasa

1. Hak Penyedia Jasa

- a. Menerima akses dari pemilik pekerjaan untuk membantu kelancaran pelaksanaan pekerjaan.
- b. Menerima pembayaran dan keuangan dari pemilik pekerjaan secara tepat waktu.

2. Kewajiban Penyedia Jasa

- a. Membuat rencana program kerja.
- b. Melakukan evaluasi berkala terhadap pelaksanaan program kerja.
- c. Melaksanakan pekerjaan yang telah direncanakan.
- d. Melakukan koordinasi pekerjaan dengan tim Ombudsman RI.
- e. Membuat dan menyerahkan laporan pekerjaan kepada Ombudsman RI.
- f. Menerima arahan secara jelas yang diperlukan dari Ombudsman RI

SUMBER ANGGARAN

Dalam kegiatan belanja jasa pengelola media sosial Ombudsman RI, sumber anggaran APBN 2024 dengan waktu pelaksanaan 12 (dua belas) bulan, pagu mata anggaran 5094.EBA.994.002.L 522191 (Jasa Pengelolaan Media Sosial) senilai Rp. 480.000.000,- (empat ratus delapan puluh juta rupiah).

PERSYARATAN ADMINISTRASI

Dalam proses lelang melalui LPSE, calon penyedia yang berkeinginan mengikuti tahapan lelang harus memenuhi persyaratan minimal yang sesuai dengan ketentuan, diantaranya:

Persyaratan Penyedia Jasa

A. Syarat Kualifikasi Administrasi/Legalitas:

1. Penyedia jasa merupakan perusahaan (kecil dan nonkecil)
2. Mempunyai TDP, SIUP dengan klasifikasi kecil dan nonkecil
3. Memiliki NPWP dengan dibuktikan telah melunasi pajak tahun terakhir
4. Mempunyai atau menguasai tempat usaha/kantor dengan alamat yang benar, tetap, dan jelas berupa milik sendiri atau sewa.
5. Secara hukum mempunyai kapasitas untuk mengikatkan diri pada kontrak yang dibuktikan dengan:
 - a) Akta pendirian perusahaan dan/atau perubahannya
 - b) Surat kuasa (apabila dikuasakan)
 - c) Kartu Tanda Penduduk
6. Surat pernyataan pakta integritas, meliputi:
 - a) Tidak akan melakukan praktek korupsi, kolusi, dan nepotisme
 - b) Akan melaporkan pada PA/KPA jika mengetahui terjadinya praktik korupsi, kolusi, dan nepotisme dalam proses pengadaan ini
 - c) Akan mengikuti proses pengadaan secara bersih, transparan, dan profesional untuk memberikan hasil kerja sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan
 - d) Apabila melanggar hal-hal yang dinyatakan dalam angka 1, 2, dan 3, maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan
7. Surat pernyataan yang ditandatangani peserta yang berisi:
 - a) Yang bersangkutan dan manajemennya tidak sedang dalam pengawasan pengadilan, tidak pailit, dan kegiatan usahanya tidak sedang dihentikan (dibuktikan dengan pernyataan

- bermaterai)
- b) Yang bersangkutan berikut pengurus badan usaha tidak sedang dikenakan sanksi daftar hitam
 - c) Yang bertindak untuk dan atas nama badan usaha tidak sedang dalam menjalani sanksi pidana
 - d) Pimpinan dan pengurus badan usaha bukan sebagai pegawai kementerian, lembaga, atau perangkatdaerah
 - e) Pernyataan lain yang menjadi syarat kualifikasi yang tercantum dalam dokumen pemilihan
 - f) Data kualifikasi yang diisikan dan dokumen penawaran yang disampaikan benar, dan jika di kemudian hari ditemukan bahwa data/dokumen yang disampaikan tidak benar dan ada pemalsuan, maka direktur utama/pimpinan perusahaan bersedia dikenakan sanksi administratif, sanksi pencantuman dalam daftar hitam, gugatan secara perdata, dan/atau pelaporan secara pidana kepada pihak berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

SYARAT PENAWARAN

1. Untuk upah tenaga kerja, tidak boleh dilakukan penawaran.
2. Penawaran hanya boleh pada komponen di luar *Man Power Cost*.

PENUTUP

Demikian Kerangka Acuan Kerja/*Term of Reference* (KAK/TOR) dalam kegiatan Belanja Jasa Pengelola Media Sosial Ombudsman RI ini dibuat sebagai bagian dari ketentuan dalam pelaksanaan kegiatan belanja barang/jasa di lingkungan Ombudsman Republik Indonesia.

Plt. Kepala Biro Hubungan Masyarakat
dan Teknologi Informasi,



Heru Tjahjono

Rencana Anggaran Biaya
Jasa Pengelola Layanan Media Sosial Ombudsman RI 2024

No	Uraian Kegiatan	Satuan	Vol	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Pengelolaan Media Sosial (1 Paket x 12 bulan)	12	Paket	15.000.000	180.000.000
	a. Aktivasi Media Sosial (Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, TikTok)				
	b. Perencanaan Strategis (content plan) dan rekomendasi bulanan				
	c. Kampanye Media Sosial				
	d. Mini quiz				
	e. Admin media sosial				
2	Produksi Konten Media Sosial (1 Paket x 12 bulan)	12	Paket	10.000.000	120.000.000
	a. Desain Visual/Grafis (30 pcs/bulan)				
	b. Videografis (10 pcs/bulan)				
3	Supporting Ads (1 paket x 12 bulan)	12	Paket	1.500.000	18.000.000
	a. Instagram Ads (Reach) 5% dari jumlah followers				
	b. Facebook Ads (Reach) 5% dari jumlah followers				
	c. Placement KOL				
4	Media Sosial Monitoring (1 paket x 12 bulan)	12	Paket	9.435.000	113.220.000
5	Laporan (1 paket x 12 bulan)	12	Paket	100.000	1.200.000
	Total				432.420.000
	PPN 11%				47.566.200
	Total Setelah pajak				479.986.200