

## SURAT PERJANJIAN

untuk melaksanakan  
Paket Pekerjaan Pengadaan Jasa Lainnya  
Pengadaan Jasa Pengelolaan Media Sosial  
Nomor: \_\_\_\_\_

SURAT PERJANJIAN ini berikut semua lampirannya (selanjutnya disebut “Kontrak”) dibuat dan ditandatangani di \_\_\_\_\_ pada hari \_\_\_\_\_ tanggal \_\_ bulan \_\_\_\_\_ tahun \_\_\_\_\_ [tanggal, bulan dan tahun diisi dengan huruf] antara:

1. Leni Milana, selaku Pejabat Penandatanganan Kontrak, yang bertindak untuk dan atas nama Ombudsman Republik Indonesia, yang berkedudukan di Jalan HR Rasuna Said Kav. C-19, Karet Kuningan, Jakarta Selatan, berdasarkan Surat Keputusan *Sekretaris Jenderal Ombudsman Republik Indonesia Nomor 236 Tahun 2021* tentang Penetapan Kuasa Pengguna Anggaran, Pejabat Pembuat Komitmen, Pejabat Penandatanganan Surat Perintah Membayar, Bendahara Pengeluaran dan Petugas Pengelolaan Administrasi Belanja Pegawai di Lingkungan Ombudsman Republik Indonesia Tahun Anggaran 2024 selanjutnya disebut “**Pejabat Penandatanganan Kontrak**” dan
2. \_\_\_\_\_ [nama wakil Penyedia], \_\_\_\_\_ [jabatan wakil Penyedia], yang bertindak untuk dan atas nama \_\_\_\_\_ [nama Badan Usaha], yang berkedudukan di \_\_\_\_\_ [alamat Penyedia], berdasarkan Akta Pendirian/Anggaran Dasar No. \_\_\_\_ [No. Akta Pendirian/Anggaran Dasar] tanggal \_\_\_\_\_ [tanggal penerbitan Akta Pendirian/Anggaran Dasar], selanjutnya disebut “**Penyedia**”.

Para Pihak menerangkan terlebih dahulu bahwa:

- (a) Telah diadakan proses pemilihan penyedia yang telah sesuai dengan Dokumen Pemilihan.
- (b) Pejabat Penandatanganan Kontrak telah menunjuk Penyedia melalui Surat Penunjukan Penyedia Barang/Jasa (SPFBJ) Nomor \_\_\_\_\_, tanggal \_\_\_\_\_ bulan \_\_\_\_\_ tahun \_\_\_\_\_, untuk melaksanakan Pekerjaan sebagaimana diterangkan dalam Syarat-Syarat Umum Kontrak, selanjutnya disebut “Pengadaan Jasa Lainnya”.
- (c) Penyedia telah menyatakan kepada Pejabat Penandatanganan Kontrak, memenuhi persyaratan kualifikasi, memiliki keahlian profesional, personel, dan sumber daya teknis, serta telah menyetujui untuk menyediakan Jasa Lainnya sesuai dengan persyaratan dan ketentuan dalam Kontrak ini.
- (d) Pejabat Penandatanganan Kontrak dan Penyedia menyatakan memiliki kewenangan untuk menandatangani Kontrak ini, dan mengikat pihak yang diwakili.
- (e) Pejabat Penandatanganan Kontrak dan Penyedia mengakui dan menyatakan bahwa sehubungan dengan penandatanganan Kontrak ini masing-masing pihak:
  - 1) telah dan senantiasa diberikan kesempatan untuk didampingi oleh advokat;
  - 2) menandatangani Kontrak ini setelah meneliti secara patut;
  - 3) telah membaca dan memahami secara penuh ketentuan Kontrak ini;
  - 4) telah mendapatkan kesempatan yang memadai untuk memeriksa dan mengkonfirmasi semua ketentuan dalam Kontrak ini beserta semua fakta dan kondisi yang terkait.

Maka oleh karena itu, Pejabat Penandatanganan Kontrak dan Penyedia dengan ini bersepakat dan menyetujui hal-hal sebagai berikut:

Pasal 1  
Istilah dan Ungkapan

Peristilahan dan ungkapan dalam Kontrak ini memiliki arti dan makna yang sama seperti yang tercantum dalam lampiran Kontrak ini.

Pasal 2  
Ruang Lingkup Pekerjaan

Ruang lingkup pekerjaan Pengadaan Jasa Lainnya terdiri atas:  
Cakupan pekerjaan Jasa Pengelola Media Sosial di Ombudsman Republik Indonesia, meliputi pekerjaan:

1. Pengelolaan Media Sosial Ombudsman

a) **Instagram dan Tiktok**

- 1) Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan followers, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Lembaga lain.
- 2) Minimal 1 (satu) konten dan Maksimal 3 (tiga) konten tiap harinya untuk feeds dapat berupa Video/ Grafis/ Infografis.
- 3) Treatment caption yang edukatif.
- 4) Setiap harinya meramaikan konten stories dapat berupa produksi, repost konten perwakilan atau fitur yang disediakan oleh platform (games, tanya jawab, kuis, dll).
- 5) Konten yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan followers Media Sosial.
- 6) Membuat strategi pengelolaan konten per minggu yang disampaikan 1 minggu sebelumnya untuk dapat di review.

b) **Twitter**

- 1) Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat melakukan tweets, mention, Edit RT, dan Direct Message.
- 2) Admin biasa dalam membuat kicauan yang berupa candaan, berbagi informasi, mencari informasi, share postingan, share berita, atau apa saja yang akan muncul di timeline.
- 3) Dapat berkicau 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.
- 4) Konten yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan followers Media Sosial.
- 5) Membuat strategi pengelolaan konten per minggu yang disampaikan 1 minggu sebelumnya untuk dapat di review.

c) **Fanpage Facebook**

- 1) Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan fans, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Lembaga lain.
- 2) Minimal 1 (satu) konten dan maksimal 3 (tiga) konten tiap harinya yang berupa Video/ Grafis/ Infografis.
- 3) Treatment caption yang edukatif dapat berupa mengundang orang lain untuk menyukai halaman Ombudsman Republik Indonesia.
- 4) Mendorong akun lain untuk tag Ombudsman Republik Indonesia di berbagai kesempatan.
- 5) Maksimalkan untuk penggunaan fitur facebook live.
- 6) Pengaktifan konten otomatis itu jadwal tayang dapat berkolaborasi dengan perwakilan.
- 7) Konten yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan followers Media Sosial.
- 8) Membuat strategi pengelolaan konten per minggu yang disampaikan 1 minggu sebelumnya untuk dapat di review.

d) **Youtube**

- 1) Terdapat 1 (satu) admin khusus yang dapat memposting, berinteraksi dengan fans, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Lembaga lain.
  - 2) Minimal 4 (empat) konten tiap bulannya yang berupa Video.
  - 3) Treatment Thumbnail yang edukatif dapat berupa mengundang orang lain untuk menyukai halaman Ombudsman Republik Indonesia.
  - 4) Maksimalkan untuk penggunaan fitur youtube (Playlist, Komunitas dan Channel).
  - 5) Pengaktifan konten otomatis untuk jadwal tayang dapat berkolaborasi dengan perwakilan.
  - 6) Konten yang ditayangkan sesuai dengan kebutuhan subscribe Media Youtube.
  - 7) Membuat strategi pengelolaan konten per bulan yang disampaikan 1 bulan sebelumnya untuk dapat di review.
  - 8) Admin dapat mempersiapkan jadwal untuk Live Kegiatan.
- e) Pelaksanaan aktivasi digital lainnya dengan detail:
- 1) Konten tidak mirroring pada setiap platform dengan strategi delivering and treatment message sesuai dengan karakteristik masing-masing kanal media sosial.
  - 2) Terdapat konten yang setiap minggunya khusus mengulas kinerja Ombudsman Republik Indonesia pada setiap tim yang ada.
  - 3) Membentuk strategi pengelolaan media sosial dengan tujuan membangun image atau brand positioning Ombudsman Republik Indonesia sebagai Lembaga Negara independen dan dekat dengan masyarakat.
- f) 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.
- g) Target untuk peningkatan tiap kanal pada setiap bulannya sebagai berikut:
- 1) Minimal total 750 pengikut (followers) organik
  - 2) Minimal total 2.500 kesan (impression)
  - 3) Minimal 5.000 jangkauan (reach) dan
  - 4) Meningkatkan engagement rate pada akun media sosial Ombudsman sesuai dengan KPI yang telah disepakati (perencanaan tahunan dipaparkan di awal kerja sama).
- h) Pelaksanaan strategi media sosial untuk menghadirkan nilai Ombudsman Republik Indonesia 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.
- i) 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).
- j) Menginisiasi dan membuat konten dengan melibatkan Key Opinion Leader (KOL) atau influencer dengan tujuan menyebarluaskan informasi tentang Ombudsman Republik Indonesia minimal 4 kali dalam satu tahun.
- k) Membuat narasi laporan penayangan konten media sosial untuk disebarluaskan melalui aplikasi messenger seperti Whatsapp.
- l) 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).
- m) 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 Republik Indonesia, pelayanan publik, dst.
- n) Pembuatan laporan kinerja dan pemaparan laporan yang dilakukan setiap akhir bulan.
- o) Pelaksanaan laporan media sosial dengan menyusun laporan dalam format yang telah ditetapkan (laporan bulanan, triwulan, tahunan).
- p) 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).

- q) Menghadiri pertemuan yang diselenggarakan Ombudsman maksimal 1 kali per bulan (di luar pertemuan mendesak).
  - r) Mempersiapkan bahan grafis harian untuk media sosial (key content, sapaan, toner, manner, mockup, bumper, template), materi visual untuk facebook, twitter, instagram, youtube dan website, menyusun perencanaan bahan secara mandiri maupun sesuai permintaan Ombudsman (sesuai dengan kebutuhan).
  - s) Mempersiapkan bahan grafis harian untuk media sosial (key content, sapaan, toner, manner, mockup, bumper, template), materi audio visual untuk facebook, twitter, instagram, tiktok, youtube dan website, menyusun perencanaan bahan secara mandiri maupun sesuai permintaan Ombudsman (sesuai dengan kebutuhan).
  - f) 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.
  - u) Menyelenggarakan mini-quiz series setiap bulan dimasing masing platform yang sesuai dengan kebutuhan konten yang sedang populer dan diberikan reward kepada followers/fans.
  - v) Menjalin komunikasi digital yang baik dan hangat dengan berbagai instansi/kementerian/lembaga lain melalui akun media social.
  - w) Melakukan survei daring menggunakan Microsite guna menyajikan evaluasi yang lebih komprehensif.
  - x) Menyiapkan desain visual/grafis sesuai permintaan Ombudsman, dan yang sifatnya mendesak untuk segera tayang untuk standby 24 jam (situasional).
  - y) Pelaksanaan produksi konten bergerak untuk media sosial untuk setiap bulannya (facebook, twitter, instagram, youtube) berupa:
    - 1) Videografis bergerak dan pengisi suara;
    - 2) Animasi GIF;
    - 3) Video 2.5 Parallax;
    - 4) Video KineticTypography;
    - 5) Video Cinemagraph (1 konten per bulan)
  - z) Menyediakan desainer grafis yang dapat stand by untuk konten-konten bersifat mendadak
  - aa) Dapat melakukan live report di kota - kota besar selain Jakarta minimal 3 kali dalam 1 tahun dengan biaya perusahaan penyedia
2. Supporting Ads

a) Facebook Ads – Page Like

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

b) 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)

c) Instagram Ads –Reach

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

d) Instagram Ads – Page Post Engagement

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

e) 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)

f) KOL/ Influencers

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

3. Monitoring Media Sosial
  - a) Menghitung seberapa banyak Ombudsman Republik Indonesia dibicarakan serta memberikan daftar top influencer-nya.
  - b) Menganalisa performa media sosial Perwakilan Ombudsman Republik Indonesia di 34 provinsi.
  - c) Analisis sentimen, memberikan peringatan bila ada sentimen negatif tentang Ombudsman dan memberikan rekomendasi menangani krisis.
  - d) Analisis jaringan sosial
  - e) Monitoring isu pelayanan publik dan pengawasan pelayanan publik di media sosial
  - f) Pemetaan Pemangku kepentingan
  - g) Pemetaan Topik
4. Hari dan Jam Kerja Operasional Hari dan jam kerja Petugas adalah :  
Hari Kerja : Senin –Jumat  
Jam Kerja : 08.00 – 17.00 WIB

Pasal 3  
Jenis dan Nilai Kontrak

- (1) Pengadaan Jasa Lainnya ini menggunakan Jenis Kontrak Lumsum.
- (2) Nilai Kontrak termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN) adalah sebesar **Rp.386.446.500,- (tiga ratus delapan puluh enam juta empat ratus empat puluh enam ribu lima ratus rupiah)**

Pasal 4  
Dokumen Kontrak

- (1) Dokumen-dokumen berikut merupakan kesatuan dan bagian yang tidak terpisahkan dari Kontrak ini:
  - a. adendum/perubahan Kontrak (apabila ada);
  - b. Kontrak;
  - c. syarat-syarat khusus Kontrak;
  - d. syarat-syarat umum Kontrak;
  - e. Dokumen Penawaran;
  - f. spesifikasi teknis;
  - g. gambar-gambar (apabila ada);
  - h. daftar kuantitas dan harga (apabila ada); dan
  - i. dokumen lainnya seperti: jaminan-jaminan, SPPBJ, BAHP.
- (2) Dokumen Kontrak dibuat untuk saling menjelaskan satu sama lain, dan jika terjadi pertentangan antara ketentuan dalam suatu dokumen dengan ketentuan dalam dokumen yang lain maka yang berlaku adalah ketentuan dalam dokumen yang lebih tinggi berdasarkan urutan hierarki pada ayat (1) di atas.

Pasal 5  
Hak dan Kewajiban

Hak dan kewajiban timbal-balik Pejabat Penandatanganan Kontrak dan Penyedia dinyatakan dalam Syarat-Syarat Umum Kontrak (SSUK) dan Syarat-Syarat Khusus Kontrak (SSKK).

Pasal 6  
Masa Berlaku Kontrak

Masa berlaku Kontrak ini dihitung sejak tanggal penandatanganan Kontrak sampai dengan selesainya pekerjaan sebagaimana diatur dalam SSUK dan SSKK.

Dengan demikian, Pejabat Penandatanganan Kontrak dan Penyedia telah bersepakat untuk menandatangani Kontrak ini pada tanggal tersebut di atas dan melaksanakan Kontrak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di Republik Indonesia dan dibuat dalam 2 (dua) rangkap, masing-masing dibubuhi dengan meterai, mempunyai kekuatan hukum yang sama dan mengikat bagi para pihak, rangkap yang lain dapat diperbanyak sesuai kebutuhan tanpa dibubuhi meterai.

Untuk dan atas nama  
Pejabat Penandatanganan Kontrak  
Ombudsman Republik Indonesia

*[tanda tangan dan cap*

Leni Milana  
NIP. 197411081993112001

Untuk dan atas nama  
Penyedia

\_\_\_\_\_

*[tanda tangan dan cap*

*[nama lengkap/  
jabatan]*

Catatan:

- Kontrak dengan meterai Rp10.000,00 pada bagian tanda tangan Pejabat Penandatanganan Kontrak diserahkan untuk Penyedia; dan
- Kontrak dengan meterai Rp10.000,00 pada bagian tanda tangan Penyedia diserahkan untuk Pejabat Penandatanganan Kontrak.