



OMBUDSMAN
REPUBLIK INDONESIA

SPESIFIKASI TEKNIS

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
OMBUDSMAN RI**

TAHUN ANGGARAN 2026

**Jl. HR. Rasuna Said Kav. C-19 Kuningan, Jakarta Selatan 12920
Telp. (021) 2251 3737**

SPESIFIKASI TEKNIS
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
OMBUDSMAN REPUBLIK INDONESIA
TAHUN ANGGARAN 2026

I. LATAR BELAKANG

1. DASAR HUKUM

- a. Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2003 tentang Keuangan Negara (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 47, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4286).
- b. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 104).
- c. Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2008 tentang Ombudsman Republik Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 139, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor a899).
- d. Peraturan Pemerintah Nomor 90 Tahun 2010 tentang Penyusunan Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 152, tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5178).
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2017 tentang sinkronisasi Proses Perencanaan dan Penganggaran Pembangunan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 05).
- f. Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah, (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 3) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 63).
- g. Peraturan Menteri Keuangan Nomor 142 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Keuangan Nomor 94/PMK.0212017 tentang Petunjuk Penyusunan dan Penelaahan Rencana Kerja dan Anggaran Kementerian Negara/Lembaga dan Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran.
- h. Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang / Jasa Pemerintah Melalui Penyedia (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 593).
- i. Peraturan Sekretaris Jenderal Ombudsman Nomor 5 Tahun 2020 tentang organisasi dan Tata Kerja sekretariat Jenderal ombudsman Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan sekretaris Jenderal ombudsman Nomor 4 Tahun 2021 tentang Perubahan Atas Peraturan Sekretaris Jenderal ombudsman Nomor 5 Tahun 2020 tentang organisasi dan Tata Kerja sekretariat Jenderal Ombudsman Republik Indonesia.

2. GAMBARAN UMUM

Di era digital, media sosial menjadi alat penting bagi Ombudsman RI untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat dan interaktif. Melalui platform ini, lembaga tidak hanya menyebarkan edukasi soal pelayanan publik, tapi juga membangun dialog langsung dengan warga.

Media sosial digunakan untuk menjelaskan hak-hak masyarakat, mempublikasikan hasil kerja lembaga, hingga mengajak publik terlibat lewat fitur seperti polling dan diskusi daring. Tujuannya, agar Ombudsman RI lebih terbuka, transparan, dan dipercaya.

Namun, tantangan juga hadir. Perubahan algoritma, informasi yang sangat cepat beredar, serta ancaman hoaks membuat pengelolaan media sosial perlu strategi khusus. Karena itu, Ombudsman RI mengadopsi pendekatan berbasis data dan kreativitas, agar pesan yang disampaikan tetap relevan dan menjangkau publik luas.

Konten visual seperti video pendek, infografis, dan testimoni publik juga dihadirkan untuk membuat informasi lebih mudah dipahami. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat pantau isu pelayanan publik—dengan membaca komentar dan percakapan netizen, Ombudsman bisa tahu masalah yang sedang ramai dibicarakan dan meresponsnya secara cepat.

Ke depan, Ombudsman RI terus memperkuat kemampuan tim pengelola media sosial, termasuk pelatihan rutin dan pemanfaatan teknologi analitik. Semua ini dilakukan agar komunikasi publik lebih efektif, modern, dan berdampak langsung pada peningkatan pelayanan publik di Indonesia.

II. MAKSUD DAN TUJUAN

1. MAKSUD

Di tengah arus informasi yang serba cepat, media sosial menjadi ujung tombak komunikasi publik. Kegiatan ini bertujuan untuk menghadirkan pengelolaan media sosial Ombudsman RI yang lebih tajam, profesional, dan berdampak melalui dukungan tenaga ahli di bidang komunikasi digital.

Dengan melibatkan SDM yang tepat, Ombudsman RI tidak hanya akan menyebarkan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan, memperkuat citra lembaga, dan merespons masyarakat secara cerdas dan cepat. Pengelolaan media sosial bukan sekadar teknis, melainkan strategi komunikasi yang harus mampu menjawab tantangan zaman: dari tuntutan konten yang kreatif, hingga penyampaian pesan berbasis data yang terukur.

Ini bukan sekadar kegiatan—melainkan langkah strategis untuk menjadikan media sosial sebagai ruang dialog yang bermakna antara lembaga dan publik.

2. TUJUAN

- a. Mewujudkan Pengelolaan yang Profesional Menghadirkan tim ahli untuk memastikan pengelolaan media sosial dilakukan secara strategis, rapi, dan sesuai kebutuhan lembaga.
- b. Meningkatkan Efisiensi dan Jangkauan Komunikasi Memastikan setiap konten yang disampaikan dapat menjangkau publik luas, meningkatkan interaksi, dan memperkuat citra positif Ombudsman RI.

- c. Menyediakan Konten yang Menarik dan Bermakna Menghadirkan konten yang informatif, edukatif, dan kreatif agar media sosial lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Mengelola Isu dan Menjaga Reputasi Lembaga Menyusun sistem pemantauan isu digital yang aktif, agar dapat merespons cepat serta menjaga nama baik lembaga dari potensi risiko reputasi.
- e. Mengembangkan Strategi Media Sosial Berkelanjutan Menyesuaikan pengelolaan media sosial dengan perkembangan teknologi dan tren komunikasi yang terus berubah.
- f. Mengoptimalkan Teknologi dan Data Analitik Memanfaatkan data untuk mengevaluasi performa media sosial dan menyusun strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan berbasis bukti.
- g. Mendukung Visi dan Misi Ombudsman RI Menyelaraskan seluruh aktivitas komunikasi digital dengan tujuan besar lembaga dalam hal transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan publik.
- h. Meningkatkan Kapasitas Tim Komunikasi Digital Membangun kolaborasi yang memperkuat keterampilan dan wawasan tim dalam mengelola komunikasi digital secara modern dan strategis.

III. PENERIMA MANFAAT

Pengelolaan media sosial yang profesional membawa dampak luas, tak hanya bagi Ombudsman RI, tapi juga masyarakat, instansi pemerintah, hingga mitra strategis.

1. Untuk Masyarakat

Masyarakat menjadi penerima manfaat utama. Media sosial memudahkan akses informasi seputar hak-hak publik, mekanisme pengaduan, serta peran Ombudsman RI. Interaksi dua arah juga memungkinkan aspirasi masyarakat tersampaikan lebih cepat dan ditindaklanjuti secara efektif.

2. Untuk Instansi Pemerintah dan Penyelenggara Layanan Publik

Melalui media sosial, mereka dapat mengikuti rekomendasi dan kebijakan Ombudsman RI secara real-time. Ini membuka ruang kolaborasi dan mendorong peningkatan kualitas pelayanan publik.

3. Untuk Internal Ombudsman RI

Media sosial membantu memperluas jangkauan komunikasi dengan biaya yang efisien. Lembaga juga bisa memantau opini publik, memetakan isu strategis, dan merespons dengan tepat sasaran—semua dilakukan secara digital dan terukur.

4. Untuk Mitra Strategis (LSM, media, akademisi)

Informasi dari Ombudsman RI menjadi rujukan dalam kajian, pemberitaan, atau kampanye pelayanan publik. Media sosial memperkuat posisi lembaga sebagai sumber data dan referensi kredibel.

IV. STRATEGI PENCAPAIAN KELUARAN

Untuk mencapai keluaran (*output*) yang dimaksud tersebut, strategi yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Metode Pelaksanaan

Pengadaan Belanja Jasa Pengelolaan Media Sosial menggunakan anggaran DIPA Tahun Anggaran 2026 dengan metode pelaksanaan pengadaan barang/jasa sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

2. Tahap Pelaksanaan Rencana Dan Kegiatan

- a. Setelah mendapatkan pagu tetap dan DIPA Ombudsman Republik Indonesia seluruh pejabat dan staf merumuskan tindak lanjut realisasi dan pelaksanaan rencana kegiatan / program melalui rapat awal tahun.
- b. Menyusun jadwal realisasi anggaran (RUP).
- c. Melaksanakan proses pengadaan jasa Pengelolaan Media Sosial yang teralokasikan.
- d. Menyusun laporan hasil realisasi kegiatan belanja jasa pengelolaan Media Sosial.

3. 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.

V. RUANG LINGKUP PEKERJAAN

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

a. Pengelolaan Media Sosial Ombudsman

1) Instagram, Fanpage Facebook

- Mengelola akun setiap hari.
- Membalas komentar dan pesan dari masyarakat.
- Berinteraksi dengan akun instansi pemerintah lainnya.
- Konten Instagram mencakup konten reels dan konten foto/gambar/infografis. Konten feed minimal 25 konten/bulan.
- Konten dibuat menarik, informatif, dan sesuai dengan gaya Ombudsman RI.
- Mengisi Stories dengan konten menarik seperti kuis, polling, atau tanya jawab.
- Bisa pakai konten buatan sendiri atau repost dari kantor perwakilan.
- Membuat minimal 1 video Reels per minggu.
- Reels bisa berupa edukasi singkat, info terkini, atau tren yang sedang ramai.
- Menentukan tema dan jenis konten yang sesuai kebutuhan.
- Konten harus sesuai isu yang sedang hangat dan menarik perhatian followers.

2) X

- Admin Aktif Setiap Hari
Posting, mention, repost (retweet), balas komentar, DM, dan gunakan fitur lain di platform X.
- Postingan Setiap Hari
Bisa berupa teks, infografis, video pendek, tautan berita, atau kutipan dari pernyataan resmi.

- Gaya Bahasa
Gunakan Bahasa yang santai, komunikatif dan sopan. Cocok untuk membangun kedekatan dengan netizen tapi tetap menjaga citra lembaga
- Mention Akun Relevan
Jika membahas isu tertentu, sertakan akun Lembaga atau tokoh public yang relevan agar terlihat dan membangun koneksi.
- Konten Sesuai Kebutuhan Audiens
Fokus pada isu-isu pelayanan public yang sedang ramai diperbincangkan, sajikan dengan pendekatan yang mudah dipahami dan informatif.

3) Youtube

1. Terdapat admin yang dapat memposting, berinteraksi dengan *subscriber*, menjawab atau mengirimkan pesan dan mampu berinteraksi sesama akun Kementerian/Lembaga/Instansi lain.
2. Membuat konten tiap bulannya yang berupa video secara rutin.
3. Membuatkan *thumbnail* yang menarik guna meningkatkan *engagement* akun Ombudsman RI.
4. Maksimalkan untuk penggunaan fitur Youtube (Playlist, Komunitas, Short, dan Channel) dalam pemanfaatan akun.
5. Membuat strategi pengelolaan konten.

4) TikTok

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

b. Monitoring Media Sosial

- 1) Menghitung seberapa banyak Ombudsman RI dibicarakan serta memberikan daftar *top influencer*-nya.
- 2) Menganalisa performa media 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

VI. KUALIFIKASI PENYEDIA

1. Pekerjaan Jasa Pengelola Media Sosial, di antaranya:
 - a. Memiliki Pengalaman pekerjaan sejenis di lingkungan Pemerintahan atau setingkat dibuktikan dengan surat rekomendasi yang ditandatangani oleh PPK atau Pejabat Setingkat.
 - b. Memenuhi ketentuan peraturan dan ketentuan untuk menjalankan kegiatan/usaha sesuai dengan peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 berikut dengan perubahannya. Serta memiliki jenis perizinan Periklanan (KBLI 7310), Aktivitas Desain Komunikasi Visual/Desain Grafis (KBLI 7413), Aktivitas Kehumasan (KBLI 70203), Jasa Multimedia Lainnya (KBLI 82301) dan Aktivitas Desain Konten Kreatif (KBLI 7414).
 - c. Perusahaan sudah memiliki sertifikat ISO 9001:2015 (Standar Manajemen Mutu) dan ISO 27001:2022 (Sertifikasi Manajemen Keamanan Informasi)
 - d. 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 menangani respons negatif di dunia digital dengan memberikan contoh kasus yang pernah dialami.
 - 3) Tidak pernah melakukan wanprestasi dalam pengelolaan media sosial sejenis paling kurang dalam kurun waktu 2 tahun terakhir.
 - e. Memiliki kemampuan untuk menyediakan sumber daya manusia dan peralatan yang dibutuhkan dalam proses pelaksanaan pekerjaan minimal:
 - 1) *Social Media Administrator* (Pendidikan minimal S1) : 1 orang (dibuktikan dengan CV dan Portofolio)
 - Mengalokasikan unit tugas kepada tim
 - Membentuk komunikasi tim yang efektif
 - Monitoring perkembangan project berdasarkan blueprint
 - Membuat report untuk stakeholder
 - Sebagai Admin Media Sosial Multi Platform
 - 2) *Graphic Designer Video* (Pendidikan minimal S1) : 1 orang (dibuktikan dengan CV, Sertifikat Keahlian 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.

3) *Graphic Designer Graphis* (Pendidikan minimal S1 Desain Komunikasi Visual) : 1 orang (dibuktikan dengan CV , Sertifikat Keahlian 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.

f. Supporting Ads

Pemanfaatan Iklan Digital Advertising (Ads)

Iklan digital (ads) adalah bentuk promosi berbayar yang ditayangkan melalui multi platform media sosial (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok dan X), dan platform lainnya. Tujuannya adalah untuk menjangkau audiens secara lebih luas, meningkatkan *brand awareness*, mendatangkan traffic, hingga mendorong interaksi masyarakat untuk mengenalkan Ombudsman RI lebih luas.

1. Melakukan kegiatan *ads* minimal 2 konten/bulan untuk setiap platform media sosial
2. Meningkatkan Visibilitas Brand
3. Menarik Pengunjung ke Website atau Media Sosial
4. Meningkatkan Interaksi
5. Menjangkau Target Audiens yang Lebih Tepat

g. Social Media Monitoring

Memiliki Fitur *Social Media Monitoring* berupa *Sentiment Analysis, Impression Analysis, Engagement Analysis, Hashtag Analysis, Content Analysis, Audience Demographics Analysis, Audience Growth Analysis* dibuktikan dengan akses dashboard pada saat pembuktian

h. Laporan

Laporan performa media sosial merupakan dokumen evaluatif yang memuat hasil pelaksanaan pengelolaan dan pemantauan media sosial instansi dalam periode tertentu. Laporan ini berisikan informasi mengenai kanal media sosial yang dikelola, pola dan jadwal publikasi konten, serta sumber daya yang terlibat dalam pengelolaan akun. Selain itu, laporan menyajikan capaian kinerja utama seperti jumlah konten yang dipublikasikan, jangkauan (reach), impresi, tingkat interaksi (engagement), pertumbuhan pengikut, serta respons terhadap pesan, komentar, dan aduan masyarakat. Laporan performa media sosial juga dilengkapi dengan analisis tren kinerja, efektivitas jenis konten, waktu unggah, serta isu atau topik yang paling banyak

mendapat perhatian publik. Di dalamnya turut diuraikan kendala yang dihadapi dan upaya perbaikan yang telah dilakukan, serta ditutup dengan kesimpulan dan rekomendasi strategis sebagai bahan evaluasi dan peningkatan efektivitas komunikasi publik melalui media sosial pada periode berikutnya.

i. 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)

2. Ketentuan Ketenagakerjaan

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

VII. WAKTU PELAKSANAAN

Waktu pelaksanaan pekerjaan dimulai dari tanggal **1 Januari 2026 sampai dengan 31 Agustus 2026**.

VIII. SUMBER DANA DAN PERKIRAAN BIAYA

Dalam kegiatan belanja jasa pengelolaan media sosial Ombudsman RI, sumber anggaran APBN 2024 dengan pagu mata anggaran 5094.EBA.994 L 522191 senilai Rp. 199.966.500,- (seratus sembilan puluh sembilan juta sembilan ratus enam puluh enam ribu lima ratus rupiah).

Jakarta, 23 Desember 2025

Kepala Biro Hubungan Masyarakat
dan Teknologi Informasi,

#

Dodi Wahyugi

Harga Perkiraan Sendiri (HPS)
Pengelolaan Media Sosial Ombudsman RI
Tahun Anggaran 2026

No	Uraian Kegiatan	Vol	Satuan	Harga Satuan	Jumlah Harga
1	Belanja Personil				148.000.000
	Social Media Administrator (1 orang x 1 Paket x 8 Bulan)	8	Bulan	6.500.000	52.000.000
	Creative Video Editor (1 orang x 1 Paket x 8 Bulan)	8	Bulan	6.000.000	48.000.000
	Graphic Desain Graphis (1 orang x 1 Paket x 8 Bulan)	8	Bulan	6.000.000	48.000.000
2	Belanja Non Personil				54.450.000
	Supporting Ads (1 Paket x 8 bulan)	8	Bulan	1.500.000	12.000.000
	Monitoring Media Sosial Menggunakan Aplikasi 3rd party Sprout Social	8	Paket	2.500.000	20.000.000
	Laporan	1	Paket	150.000	150.000
Jumlah Harga					180.150.000
Pajak 11%					19.816.500
Total Harga (Termasuk Pajak) (Terbilang : Empat Ratus Sembilan Puluh Sembilan Juta Sembilan Ratus Sembilan Puluh Sembilan Ribu Lima Ratus Rupiah)					199.966.500