



OMBUDSMAN
REPUBLIK INDONESIA

SPESIFIKASI TEKNIS

**PENGADAAN JASA LAINNYA PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
OMBUDSMAN REPUBLIK INDONESIA**

TAHUN ANGGARAN 2025

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

SPESIFIKASI TEKNIS
PENGADAAN JASA LAINNYA PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
OMBUDSMAN REPUBLIK INDONESIA

1. LATAR BELAKANG

Di era digital, media sosial menjadi alat penting bagi pemerintah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat secara cepat, efisien dan interaktif. Media sosial digunakan untuk menjelaskan hak-hak masyarakat, mempublikasikan hasil kerja pemerintah, hingga mengajak publik terlibat lewat fitur seperti polling dan diskusi daring. Tujuannya agar pemerintah lebih terbuka, transparan, dan dipercaya.

Pemerintah dalam hal ini Lembaga Negara Ombudsman RI, tidak hanya menyebarkan edukasi soal pelayanan publik, tapi juga membangun dialog langsung dengan masyarakat tentang isu-isu publik melalui platform media sosial. Perubahan algoritma, informasi yang sangat cepat beredar, serta ancaman hoaks membuat pengelolaan media sosial perlu strategi khusus. Oleh karena itu, Ombudsman RI mengandalkan 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 RI bisa tahu masalah yang sedang ramai dibicarakan dan meresponsnya secara 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.

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. Semua ini dilakukan agar komunikasi publik lebih efektif, modern, dan berdampak langsung pada peningkatan pelayanan publik di Indonesia.

2. MAKSUD DAN TUJUAN

a. Maksud

Melakukan Pengadaan Jasa Lainnya Pengelolaan Media Sosial Ombudsman Republik Indonesia

b. Tujuan

- a. Mewujudkan pengelolaan yang profesional dengan menghadirkan tim ahli untuk memastikan pengelolaan media sosial dilakukan secara strategis, rapi, dan sesuai kebutuhan lembaga.
- b. Meningkatkan efisiensi dan jangkauan komunikasi untuk memastikan setiap konten yang disampaikan dapat menjangkau publik luas, serta meningkatkan interaksi, dan memperkuat citra positif Ombudsman RI.
- c. Menyediakan konten yang menarik dan bermakna serta menghadirkan konten yang informatif, edukatif, dan kreatif agar media sosial lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- d. Mengelola isu dan menjaga reputasi Lembaga dengan 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 dan menyesuaikan pengelolaan media sosial dengan perkembangan teknologi dan tren komunikasi yang terus berubah.
- f. Mengoptimalkan teknologi dan data analitik serta 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 sekaligus menyelaraskan seluruh aktivitas komunikasi digital dengan tujuan besar lembaga dalam hal transparansi, akuntabilitas, dan pelayanan publik.
- h. Meningkatkan kapasitas Tim, membangun komunikasi digital serta membangun kolaborasi yang memperkuat keterampilan dan wawasan tim dalam mengelola komunikasi digital secara modern dan strategis.

3. SASARAN

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.

4. LOKASI PEKERJAAN

Ombudsman Republik Indonesia, Jalan HR. Rasuna Said Kav. C-19 RT 01 RW 05 Kelurahan Karet Kuningan Jakarta Selatan DKI Jakarta 12920.

5. 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. 490.000.000,- (empat ratus sembilan puluh juta rupiah).

6. PEJABAT PEMBUAT KOMITMEN

- a. Nama : Dodi Wahyugi
- b. Pangkat / Golongan : Pembina Utama Muda / IV/c
- c. NIP : 198106222003121003
- d. Jabatan : Kepala Biro Hubungan Masyarakat dan Teknologi Informasi

7. DASAR HUKUM

- a. 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).
- b. Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik: Undang-undang ini mengatur tentang hak masyarakat untuk memperoleh informasi publik, termasuk melalui media sosial.
- c. Peraturan Pemerintah No. 61 Tahun 2010 tentang Pelaksanaan Undang-Undang No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik: Peraturan ini lebih lanjut mengatur tentang prosedur dan tata cara pengelolaan informasi publik.
- d. Peraturan Presiden No 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang Jasa/Pemerintah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Nomor 46 Tahun 2025 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Presiden No 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang Jasa/Pemerintah.
- e. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 8 Tahun 2013 tentang Pedoman Penggunaan Media Sosial bagi Penyelenggara Negara: Peraturan ini memberikan pedoman tentang penggunaan media sosial bagi penyelenggara negara, termasuk pemerintah.
- f. Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 5 Tahun 2020 tentang Rencana Induk (Masterplan) E-Government: Peraturan ini mengatur tentang pengembangan e-government, termasuk penggunaan media sosial sebagai salah satu komponennya.
- g. Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 83 Tahun 2020 tentang Pedoman Pengelolaan Media Sosial di Lingkungan Instansi Pemerintah: Keputusan ini memberikan pedoman tentang pengelolaan media sosial di lingkungan instansi pemerintah.
- h. Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah melalui Penyedia sebagaimana diubah dengan Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Nomor 4 Tahun 2024 tentang Perubahan Atas Peraturan Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Nomor 12 Tahun 2021 tentang Pedoman Pelaksanaan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah Melalui Penyedia.
- i. Peraturan Sekretaris Jenderal Ombudsman Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Sekretaris Jenderal

8. RUANG LINGKUP PEKERJAAN

1. Spesifikasi Mutu / Kualitas Spesifikasi Teknis

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.
- Membuat dan mengunggah konten setiap hari di feed (bisa berupa gambar, video, atau infografis).
- 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 Tiap 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

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

4) TikTok

- Terdapat admin 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.
- Memaksimalkan fitur pada TikTok untuk meningkatkan *engagement* akun Ombudsman RI.

5) 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. Meningkatkan Visibilitas Brand
2. Menarik Pengunjung ke Website atau Media Sosial
3. Meningkatkan Interaksi
4. Menjangkau Target Audiens yang Lebih Tepat

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

2. Spesifikasi Waktu

Waktu pelaksanaan pekerjaan dimulai dari tanggal **1 Juni 2025** sampai dengan **31 Desember 2025** dengan ketentuan:

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)

3. Spesifikasi Layanan

Menyediakan Tenaga untuk melaksanakan pekerjaan ini minimal adalah:

No	Jabatan	Jumlah	Pendidikan	Pengalaman	Kemampuan
1	<i>Senior Content Administrator</i>	1	min. S-1	(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	<i>Graphic Designer Video</i>	2	min. S-1	(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	<i>Graphic Designer Gaphis</i>	2	min. S-1	(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.
--	--	--	--	--	--

9. HASIL YANG DIHARAPKAN

1. Terpenuhinya pengelolaan layanan media sosial Ombudsman dan pengelolaan pengaduan melalui x, 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
Aktivasi/kuis	<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 bulanan, tahunan, dan laporan yang bersifat insidentil pada waktu-waktu tertentu.
3. Strategi pengelolaan media sosial dengan menghadirkan citra positif 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 Penyedia Jasa
 - a. Menerima akses dari pemilik pekerjaan untuk membantu kelancaran pelaksanaan pekerjaan.
 - b. Menerima pembayaran dan keuangan dari pemilik pekerjaan secara tepat waktu.

6. 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

Jakarta, 6 Mei 2025

Kepala Biro Hubungan Masyarakat
dan Teknologi Informasi,

#

Dodi Wahyugi