

Terms of Reference

Konsultan Konten Media Sosial Jelajah Timur, Plan The Move, dan Plan Indonesia (Juni-November 2026)

A. Latar Belakang

Yayasan Plan International Indonesia (YPII) adalah organisasi kemanusiaan yang berfokus pada pemenuhan hak-hak anak dan kesetaraan bagi anak perempuan. Misi tersebut telah melandasi berbagai program Plan International di Indonesia sejak tahun 1969. Saat ini, Plan Indonesia mensponsori lebih dari 36.000 anak-anak marjinal di Nusa Tenggara Timur (NTT) dan memberi manfaat kepada ribuan anak dan kaum muda lainnya melalui lebih dari 40 proyek yang dilaksanakan di 10 provinsi.

Dalam kerja-kerjanya, Plan Indonesia memanfaatkan kampanye dan komunikasi digital salah satunya melalui media sosial. Contohnya yakni Kampanye Jelajah Timur di akun media sosial @jeltim yang merupakan agenda tahunan yang mengajak publik untuk membantu penyediaan air bersih di desa-desa yang membutuhkan, terutama di daerah dampungan PLAN yang berada di provinsi Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat. Melalui kampanye Jelajah Timur, misi untuk memenuhi hak-hak anak dan memperjuangkan kesetaraan untuk anak perempuan semakin ditekankan. Acara tahunan ini, yang telah berjalan sejak 2019, bertujuan untuk menyediakan air bersih bagi desa-desa yang membutuhkan di wilayah dampungan.

Selain itu juga ada kampanye melalui inisiatif olahraga seperti Run for Equality dan Soccer for Equality, yang memanfaatkan promosinya melalui akun media sosial @PlanTheMove. Kedua kampanye ini mendorong isu inklusivitas, utamanya bagi kelompok rentan seperti disabilitas, serta isu pendidikan di Nusa Tenggara Timur.

Tidak berhenti di situ, berbagai macam kampanye nasional yang sejalan dengan kerja-kerja Plan Indonesia juga dilakukan dan memanfaatkan akun media sosial @PlanIndonesia sepanjang tahunnya. Kampanye digital ini menjadi langkah dalam meningkatkan branding serta memperkuat positioning Plan Indonesia dalam isu-isu anak dan perempuan.

Untuk mendukung keberhasilan kampanye-kampanye ini, media sosial menjadi salah satu kanal utama untuk mempromosikan rangkaian acara, kampanye penggalangan dana hingga pembaharuan kabar terkait implementasi proyek sebagai bentuk transparansi kepada publik dan seluruh mitra kolaborasi. Agar optimasi kampanye dan komunikasi dapat berjalan dengan baik dan terus meluaskan jangkauan kampanye, diperlukan manajemen media sosial yang terkonsep dengan baik dan mengikuti tren yang terus berubah. Oleh karena itu dibutuhkan upaya khusus untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas komunikasi melalui konten-konten media sosial yang konsisten

B. Deskripsi Pekerjaan

Konsultan bertanggung jawab untuk merencanakan, memproduksi, dan memastikan kualitas konten visual serta teks pada akun Instagram **Jelajah Timur, Plan The Move, dan Plan Indonesia**

- **Content Planning:** Menyusun kalender konten bulanan (pilar konten) yang selaras dengan misi Jelajah Timur.
- **Creative Production:** Memproduksi aset visual (grafis dan video pendek) dan menulis *copywriting* (caption & hashtag).
- **Trend Monitoring:** Memantau tren media sosial, topik isu lari, air bersih, sepak bola, isu anak, perempuan, dan kaum muda terkini untuk diadaptasi ke dalam konten Jelajah Timur, Plan The Move, dan Plan Indonesia.

C. Hasil Pekerjaan

Hasil pekerjaan dihitung berdasarkan **Unit Konten** yang telah terpublikasi di masing-masing akun Jelajah Timur, Plan The Move, dan Plan Indonesia (Total 45 Unit per bulan) dengan rincian sebagai berikut:

- **1 Kalender Konten Bulanan:** Diserahkan paling lambat tanggal 25 setiap bulan sebelumnya untuk *approval*.
- **15 Unit Konten Siap Tayang per akun:** Terdiri dari kombinasi Single Post, Carousel, dan Reels (bobot kesulitan disepakati di awal bulan).
- **Aset Visual:** File resolusi tinggi (MP4/JPG/PNG) dan link akses desain (Canva/Adobe).
- **Copywriting:** Narasi teks yang sudah disesuaikan dengan *voice of brand* Jelajah Timur, Plan The Move, dan Plan Indonesia.
- **Revisi:** Maksimal 2x revisi minor untuk setiap unit konten.

D. Skema Kerja & Ketentuan Indikator Kinerja Utama

Sistem kerja menggunakan basis kuota bulanan untuk memberikan fleksibilitas bagi kedua belah pihak:

- **Kuota Bulanan:** 45 unit konten per bulan dengan nilai kompensasi tetap (Flat Monthly Fee).
- **Sistem Carry-Over:**
 - Jika output bulan berjalan tidak mencapai 45 konten, sisa tugas dapat dipindahkan (*carry-over*) ke bulan berikutnya.
 - **Batas Maksimal:** Maksimal konten yang dapat di-*carry over* adalah **5 unit konten**.
 - **Contoh:** Jika dalam satu akun hanya mengerjakan 11 konten di Mei, maka kuota Juni menjadi 19 konten (15 reguler + 4 sisa).
- **Keseimbangan Kesulitan:** Tingkat kesulitan konten (misal: Reels vs. Poster) akan didiskusikan saat penentuan kalender konten agar beban kerja tetap adil.
-

E. Ketentuan Pemenuhan Kewajiban

Konsultan dianggap telah memenuhi indikator kinerja utama dan berhak menerima kompensasi kerja apabila:

1. Konten diproduksi tepat waktu sesuai jadwal unggah yang disepakati.
 2. Minimum jangkauan (*reach*) konten feed bulanan mencapai estimasi 150.000 secara total
 3. Hasil produksi konten final telah memenuhi *brief* yang diberikan dan telah mendapatkan persetujuan *user*.
 4. Komunikasi responsif terkait revisi dan koordinasi konten.
-

F. Kompensasi

Atas pekerjaan yang sudah terselesaikan dari konsultan beserta persetujuan laporan pekerjaan, maka **Plan Indonesia akan membayarkan kompensasi hasil kerja gross setiap bulannya selama periode kerja 2 bulan dengan potensi perpanjangan jika kinerja memuaskan.**

