

## URAIAN SINGKAT LINGKUP PEKERJAAN PROMOSI DIGITAL PARIWISATA JAKARTA TAHUN 2023

Sebagai Ibukota negara, Jakarta merupakan salah satu destinasi pariwisata di dunia dan merupakan pusat destinasi di Indonesia. Hal ini dikarenakan Jakarta memiliki fasilitas pendukung yang lengkap seperti aksesibilitas darat, laut dan udara, 66 hotel berbintang 4 dan 5 dengan total kamar berjumlah 20.094 kamar, ruang konvensi, pameran, lapangan golf, spa dan pusat belanja terbaik di dunia. Selain itu Jakarta juga memiliki fasilitas komunikasi dan transportasi yang memadai, 24 hours entertainment dan merupakan meltingpot keragaman seni, budaya dan kuliner dari Indonesia dan Dunia.

Melihat potensi Jakarta sebagai destinasi pariwisata terpenting di kawasan Asia, maka Jakarta harus mampu bersaing secara global dalam memenangkan persaingan dalam bisnis ini. Jakarta diharapkan selalu optimis dan siap sebagai tuan rumah dalam rangka menerima kunjungan wisatawan mancanegara. Oleh karena itu Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi DKI merasa perlu menyelenggarakan kegiatan Promosi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di luar negeri.

Dalam beberapa tahun terakhir, pengguna internet terus bertumbuh hingga mencapai hampir 95% penduduk dunia. Berkembangnya internet juga mempengaruhi pola berwisata wisatawan. Mayoritas wisatawan akan melakukan riset dan mencari informasi di internet sebelum mengambil keputusan untuk berwisata. Citra positif di dunia maya menjadi hal yang krusial agar suatu destinasi dapat dilirik dan dikunjungi oleh wisatawan. Atas dasar hal-hal tersebut, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif akan meningkatkan exposure digital melalui kegiatan Promosi Digital Pariwisata Jakarta 2023.

Objektif utama dari pelaksanaan kegiatan ini adalah meningkatnya awareness atau kesadaran calon wisatawan mancanegara dan calon wisatawan domestik melalui materi-materi yang dapat memacu keinginan berwisata ke Jakarta dan mengembalikan kepercayaan wisatawan pada brand “Enjoy Jakarta”.

Target geografis ditentukan mencakup 5 dari 6 negara dengan kunjungan wisatawan terbesar ke Jakarta pada tahun 2019, yaitu Republik Rakyat Tiongkok, Malaysia, Jepang, Singapura, dan Korea Selatan serta Indonesia. Target demografis ditentukan pria/wanita usia 25-54 tahun untuk target demografis asing dan pria/wanita usia 18-44 tahun untuk target lokal.

Unsur kreatif menjadi hal terpenting pada pelaksanaan kegiatan ini, sehingga dengan proses pelaksanaan yang akan dilakukan oleh penyedia jasa yang dipilih melalui proses tender diharapkan akan mampu mendapatkan penyedia jasa yang berkualitas

Ruang lingkup pekerjaan Pengadaan Jasa Lainnya yang harus dilakukan oleh penyedia jasa pekerjaan kegiatan Promosi Digital Pariwisata Jakarta tahun 2023 ini meliputi pekerjaan persiapan produksi konten, pelaksanaan pemasangan iklan dan penayangan artikel, melakukan promosi konten digital melalui bintang tamu, *maintenance post organic* di sosial media serta pembuatan laporan pelaksanaan kegiatan sesuai dengan Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif DKI Jakarta.

Pejabat Pembuat Komitmen (PPK) kegiatan Promosi Digital Pariwisata Jakarta tahun 2023 menentukan lingkup pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. PPK menentukan objektif utama dari pelaksanaan kegiatan Promosi Digital Pariwisata Jakarta adalah meningkatkan *awareness* calon wisatawan mancanegara dan calon wisatawan domestik melalui materi-materi yang dapat memacu keinginan berwisata ke

- Jakarta dan mengembalikan kepercayaan wisatawan terhadap brand “Enjoy Jakarta”.
2. Target geografis ditentukan mencakup 5 dari 6 negara dengan kunjungan wisatawan terbesar ke Jakarta pada tahun 2019, yaitu Republik Rakyat Tiongkok, Malaysia, Jepang, Singapura, dan Korea Selatan serta Indonesia.
  3. Target demografis ditentukan pria/wanita usia 25-54 tahun untuk target demografis asing dan pria/wanita usia 18-44 tahun untuk target lokal.
  4. Konsep utama kegiatan Promosi Digital Pariwisata Jakarta mengacu pada brand “Enjoy Jakarta” serta harus selaras dengan kampanye terdahulu yang pernah dilakukan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta.
  5. Penyedia membuat pengembangan konsep sesuai dengan konsep besar yang telah ditentukan oleh PPK yang di dalamnya mencantumkan:
    - a. Jadwal pelaksanaan kegiatan secara menyeluruh;
    - b. Strategi atau ide yang akan dituangkan dalam bentuk grafis dan video;
    - c. Time schedule khusus pelaksanaan produksi konten, editing, presentasi, finalisasi konten, dan jadwal posting.
  6. Dalam hal pelaksanaan komponen Pemasangan Iklan di Sosial Media All in, harga yang ditawarkan penyedia **sudah termasuk biaya penayangan iklan, produksi konten, perangkat tenaga personil untuk produksi konten serta social media posting dan reporting.**
  7. Jenis penempatan publikasi di media sosial dan media online pada 6 negara dengan KPI sebagai berikut:
    - a. Youtube  
*Skippable ads: 1.299.970 video views.*
    - b. Facebook & Instagram  
*Impression ads: 22.999.900 impresi.*
    - c. Tiktok
      - 1) Tiktok *video ads* pada Tiongkok, Malaysia, Singapore, Japan, Korea dengan total 15.999.900 impresi.
      - 2) Tiktok *Video ads* pada audiens Indonesia Termasuk Efek video dengan gesture atau facial triggers, Branded Effect Detail Page, Branded Mission Page + Boosted Traffic, In Feed Ads (RnF) dengan total 30.000.000 Impresi.
      - 3) Tiktok *Video ads* pada audiens Indonesia termasuk, Topview Ads, Standard BE Production Fee dengan total 20.000.000 impresi.
    - d. Ctrip.com (Tiongkok)
      - APP homepage news feeds: 899.500 impresi.
      - APP PUSH: 17.990 impresi
    - e. Trip.com
      - 1) Singapura
        - PC homepage banner: 90.000 impresi (1 hari tayang).
        - APP homepage banner: 540.000 impresi (2 hari tayang).
      - 2) Malaysia
        - PC homepage banner: 180.000 impresi (5 hari tayang).
        - APP homepage banner: 194.000 impresi (4 hari tayang).

- H5 homepage banner: 34.000 impresi (2 hari tayang).
  - 3) Korea Selatan
    - PC homepage banner: 450.000 impresi (5 hari tayang).
    - H5 homepage banner: 90.000 impresi (2 hari tayang).
  - 4) Jepang
    - PC homepage banner: 450.000 impresi (5 hari tayang).
    - H5 homepage banner: 90.000 impresi (2 hari tayang).
8. Pelaksanaan produksi konten sebagai output dilakukan untuk mendapatkan beberapa jenis materi, antara lain :
    - a. Produksi 1 *Video official* dengan menggunakan Bahasa Inggris dan Indonesia dengan durasi maksimal 30 detik dengan *subtitle* bahasa Korea, Mandarin, dan Jepang;
    - b. Grafis untuk keperluan *post organic* di media sosial sejumlah 12 konten per 4 bulan;
    - c. *Maintain post organic* di media sosial sejumlah 12 konten per 4 bulan;
    - d. Grafis untuk keperluan **ads** YouTube sebanyak 1 video yang sama dalam 4 bahasa (Indonesia, Inggris, Korea, Jepang);
    - e. Grafis untuk keperluan **ads** Meta sebanyak 4 video atau 4 static image yang sama dalam 4 bahasa (Indonesia, Inggris, Korea, Jepang);
    - f. Grafis untuk keperluan **ads** TikTok sebanyak 4 video yang sama dalam 5 bahasa (Indonesia, Inggris, Korea, Mandarin, Jepang);
    - g. Desain 1 halaman *webpage* sebagai pelengkap kampanye, meliputi perancangan UX (*user experience*); perancangan UI (*user interface*).
  9. Penayangan artikel di media online dilakukan dalam lingkup:
    - a. Jaringan media online travel agent internasional – 12.000 *pageviews*;
    - b. Pembuatan konten media online - 8 artikel dengan maksimum 350 kata per artikel.
  10. Penyedia menyediakan bintang tamu yang akan berperan sebagai KOL buzzer sejumlah 23 orang.
  11. Tenaga personil yang harus disiapkan oleh penyedia adalah:
    - a. *Digital Creative Advisor* 1 orang selama masa pekerjaan;
    - b. *Head of Digital* 1 orang selama masa pekerjaan;
    - c. *Digital Media Planner* 1 orang selama masa pekerjaan;
    - d. *Digital Ads Operation* 1 orang selama masa pekerjaan;
  12. Penyedia menyusun laporan pelaksanaan kegiatan secara berkala, termasuk dengan bukti penayangan iklan.
  13. Penyedia menyediakan harddisk external untuk kompilasi konten yang telah diproduksi.
  14. Penyedia membuat album kolase dan pencetakan laporan sebagai dokumentasi pelaksanaan kegiatan.