



**Pengadaan Jasa Lainnya
Pemanfaatan Media Luar Ruang
dalam Publikasi Kampanye Siap Jaga Indonesia**

DOKUMEN MILIK BNPT

**Biro Perencanaan, Hukum, dan Hubungan Masyarakat
Badan Nasional Penanggulangan Terorisme
Tahun 2025**

A. DASAR

1. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2003 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme Menjadi Undang-Undang, sebagaimana telah diubah dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2018 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2003 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2002 tentang Pemberantasan Tindak Pidana Terorisme Menjadi Undang-Undang;
2. Peraturan Presiden Nomor 46 Tahun 2010 tentang Badan Nasional Penanggulangan Terorisme sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 46 Tahun 2010 tentang Badan Nasional Penanggulangan Terorisme;
3. Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintah sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 12 tahun 2021 tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/ Jasa Pemerintah;
4. Peraturan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme Nomor 7 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Nasional Penanggulangan Terorisme sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme Nomor 5 Tahun 2022 tentang perubahan atas Peraturan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme Nomor 7 Tahun 2021 tentang Organisasi dan Tata Kerja Badan Nasional Penanggulangan Terorisme;
5. Rencana Kerja BNPT 2025.

B. LATAR BELAKANG

Paham radikalisme terus mencari panggung untuk menyebarkan pemikiran dan paham-paham yang dianut oleh kelompok yang menginginkan adanya perubahan konstitusi sesuai dengan yang mereka yakini. Ruang publik mereka gunakan atas dasar demokrasi untuk menancapkan paham serta pemikiran mereka. Mereka menggunakan media seperti buku, majalah, media sosial bahkan masuk ke kampus-

kampus, kelompok belajar hingga menggunakan jalan raya untuk mengusung ide-ide jihad, khilafah, radikal dan sebagainya.

Narasi-narasi yang ditulis maupun yang disampaikan oleh kelompok ekstrimisme ini sangat mudah masuk dan memengaruhi generasi muda, apalagi pada generasi muda yang masih mencari jati diri. Berbagai strategi dilakukan oleh kelompok radikal untuk melakukan propaganda dan penyebaran isu terorisme. Mulai dari penyebaran paham radikal secara langsung maupun sembunyi-sembunyi.

Badan Nasional Penanggulangan Terorisme menurut Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2018 memiliki tugas dan fungsi sebagai berikut:

1. Merumuskan, mengoordinasikan, dan melaksanakan kebijakan, strategi, dan program nasional penanggulangan Terorisme di bidang kesiapsiagaan nasional, kontra radikalisasi, dan deradikalisasi;
2. Mengoordinasikan antar penegak hukum dalam penanggulangan Terorisme;
3. Merumuskan, mengoordinasikan, dan melaksanakan kebijakan, strategi, dan program nasional penanggulangan terorisme di bidang kerja sama internasional;
4. Menyusun dan menetapkan kebijakan, strategi, dan program nasional di bidang penanggulangan Terorisme;
5. Menyelenggarakan koordinasi kebijakan, strategi, dan program nasional di bidang penanggulangan terorisme;
6. Melaksanakan kesiapsiagaan nasional, kontra radikalisasi, dan deradikalisasi.

Sebagai Lembaga yang memiliki tugas dan fungsi yang menekankan pada aspek pencegahan perlu meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap bahaya radikalisme dan terorisme, disamping itu juga sebagai upaya membangun kesadaran kolektif Masyarakat dalam menjaga Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Melalui kehumasan, BNPT mencoba menyampaikan pesan edukatif kepada masyarakat serta memberikan pemahaman mengenai tugas dan fungsi BNPT yang menitik beratkan pada bidang pencegahan dan deradikalisasi. Salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah dengan memanfaatkan media periklanan luar ruang atau reklame, yang merupakan *outdoor advertising* (OA) dan ditempatkan di ruang

luar/outdoor space. Jenis media ini berlokasi di ruang-ruang kota, dengan pemilihan titik-titik tertentu yang paling banyak dilintasi dan dilihat orang. Bentuk rancangan reklame sangat beragam, mulai dari billboard sepanjang tepi jalan, papan reklame, reklame layar (spanduk) hingga yang terkini berbentuk videotron yang merupakan salah satu media baru yang digunakan oleh humas pemerintah.

Dari sisi konten, Humas BNPT sebagai pelaksana dapat mengontrol tampilan informasi yang ditampilkan setiap harinya. Kemampuan menampilkan gambar gerak dan animasi memungkinkan adanya konten yang menarik. Teknologi ini juga memungkinkan penyesuaian secara otomatis terhadap semua kondisi pencahayaan sehingga akan tetap terlihat dalam semua cuaca baik pagi, siang atau malam.

Keuntungan penggunaan media luar ruang diantaranya adalah :

- dapat menjangkau konsumen secara lebih luas di segala segmen;
- mempunyai durasi yang lebih panjang (baik bulanan atau tahunan);
- pesan yang diterima pengamat dapat diulang- ulang di lokasi yang sama pada waktu yang berbeda.

Guna mewujudkan informasi publik yang semakin baik dan kesadaran kolektif untuk menjaga tanah air, maka perlu adanya penyampaian informasi kepada masyarakat luas yang pada dapat membentuk prilaku Masyarakat yang cinta NKRI.

C. MAKSUD DAN TUJUAN

1. MAKSUD

Untuk menyebarluaskan informasi, kebijakan, edukasi slogan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme kepada masyarakat luas secara langsung dengan memanfaatkan ruang publik.

2. TUJUAN

Membangun kesadaran kolektif masyarakat untuk mencintai NKRI dan memahami bahaya paham radikalisme terorisme serta membangun citra positif terhadap Lembaga.

D. LINGKUP PEKERJAAN

Uraian pekerjaan Pemanfaatan Media Luar Ruang dalam Publikasi Kampanye Siap Jaga Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Menyediakan media promosi luar ruang di Wilayah Jakarta;
2. Menyediakan laporan pelaksanaan kegiatan.

E. SPESIFIKASI YANG DIBUTUHKAN

Spesifikasi media luar ruang yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pekerjaan ini adalah sebagai berikut:

Wilayah	Lokasi	Jenis Media	Ukuran
Jakarta	Jl.Jenderal Sudirman, Setiabudi (In front of Chase Plaza)	LED 3D Anarmophic (400 s/d 450 spot/hari)	Side A: 9x12m Side B: 24x12m
Jakarta	Jl. MH. Thamrin, Jakarta Pusat (In Front of Japan Embassy)	LED 3D Anarmophic (400 s/d 450 spot/hari)	Side A: 8m x 9m Side B: 9m x9 m

F. SYARAT KUALIFIKASI DAN TEKNIS PENYEDIA

Syarat penyedia pekerjaan pengadaan Pemanfaatan Media Luar Ruang dalam Publikasi Kampanye Siap Jaga Indonesia Tahun Anggaran 2025 dilakukan dengan proses pengadaan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku kepada perusahaan yang memenuhi persyaratan sebagai berikut:

- 1) Memiliki izin usaha yang masih berlaku sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- 2) Memiliki NIB dan SIUP;
- 3) Izin Penyelenggaraan Periklanan kode KBLI 73100;
- 4) Izin Aktivitas Desain Komunikasi Visual/ Desain Grafis kode KBLI 74130;

- 5) Izin Jasa Periklanan Lainnya kode KBLI 83619;
- 6) Pengalaman pada bidang sejenisnya minimal 2 (dua) tahun.

G. JANGKA WAKTU PELAKSANAAN

Waktu yang diperlukan untuk melaksanakan kegiatan ini adalah 30 (Tiga Puluh) hari kalender.

H. ANGGARAN

Pembentukan kebutuhan pekerjaan Pemanfaatan Media Luar Ruang Dalam Publikasi Kampanye Siap Jaga Indonesia dibebankan pada DIPA BNPT TA 2025. (RAB terlampir).

I. PENUTUP

Demikian Kerangka Acuan Kerja (KAK) ini dibuat dengan harapan dapat meningkatkan kesadaran kolektif masyarakat dalam menanamkan kecintaan terhadap NKRI dan memahami slogan Siap Jaga Indonesia.

Bogor, 4 Agustus 2025

Pejabat Pembuat Komitmen,

