

SCOPE OF WORK (SoW)

Media & Digital Communications Consultant – DIGITANI

Project Title: Media & Digital Communications Consultant – DIGITANI (Dokumentasi Program DIGITANI, Kabupaten Dairi)

Project Location(s): Kabupaten Dairi, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia

Program: DIGITANI (*Enhancing Digital Access and Inclusion to Strengthen Coffee Farmers' Resilience to Climate Adaptation*)

LATAR BELAKANG

Mercy Corps Indonesia (MCI), bekerja sama dengan FCDO Digital Access Programme di Indonesia, sedang melaksanakan program DIGITANI (*Enhancing Digital Access and Inclusion to Strengthen Coffee Farmers' Resilience to Climate Adaptation*) di Kabupaten Dairi, Sumatera Utara. Program DIGITANI berfokus pada penguatan literasi digital dan keterampilan teknis petani, sehingga petani dapat mengakses, mengadopsi, dan secara aktif memanfaatkan sistem peringatan dini iklim digital BMKG sebagai dasar dalam mengembangkan strategi adaptasi yang tepat terhadap dampak perubahan iklim. Program ini juga mendorong pemanfaatan berbagai alat dan layanan digital yang relevan, termasuk perangkat keamanan siber, pemasaran digital, dan layanan keuangan digital, untuk mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan sekaligus mengurangi kerentanan petani terhadap guncangan ekonomi.

Selain itu, DIGITANI bertujuan untuk menghasilkan dan menyebarluaskan pembelajaran program, praktik baik, dan bukti capaian melalui berbagai kegiatan dan saluran komunikasi, baik secara luring maupun daring. Komunikasi, media, dan keterlibatan digital yang efektif menjadi bagian penting untuk mendokumentasikan pencapaian program, menerjemahkan pembelajaran teknis dan programatik ke dalam konten yang mudah dipahami, serta menjangkau khalayak yang lebih luas di luar penerima manfaat langsung. Pemanfaatan media digital dan pendekatan digital storytelling secara strategis diharapkan dapat mendorong adopsi, replikasi, dan perluasan pendekatan inklusi digital kepada komunitas petani kopi yang lebih luas serta para pemangku kepentingan terkait.

Untuk mendukung tujuan tersebut, MCI membutuhkan Konsultan Communication, Media and Digital yang bertanggung jawab untuk menyusun rencana, strategi, dan kegiatan komunikasi program (communication plan) untuk menyebarluaskan capaian, dampak, dan pembelajaran program kepada kelompok sasaran dan pemangku kepentingan.

TUJUAN KONSULTANSI

Program DIGITANI memiliki tiga tujuan yang akan menjadi rujukan bagi seluruh materi komunikasi dalam penugasan ini:

1. Petani kopi memiliki literasi digital dan kepercayaan diri yang lebih baik dalam menggunakan perangkat serta informasi digital, dengan komposisi peserta perempuan sekurang-kurangnya 40 persen.
2. Petani kopi mengakses dan secara aktif memanfaatkan informasi peringatan dini iklim BMKG sebagai dasar pengambilan keputusan usaha tani.

Mercy Corps Indonesia

3. Petani kopi memanfaatkan layanan digital pendukung, termasuk pemasaran digital, layanan keuangan digital, dan praktik keamanan siber dasar.

Rincian indikator dan angka target tersedia dalam logframe program dan akan disampaikan kepada Konsultan pada saat pertemuan awal.

Konsultansi ini bertujuan untuk memproduksi konten digital yang akan digunakan untuk mengkomunikasikan dan visibilitas kegiatan, pencapaian, dampak, dan pembelajaran Program DIGITANI sesuai communication plan yang disetujui oleh lembaga donor Program DIGITANI.

Konten digital yang diproduksi akan disebarluaskan melalui saluran komunikasi Mercy Corps Indonesia dan British Embassy Jakarta, termasuk website, LinkedIn, Instagram, dan Facebook. Seluruh produk komunikasi harus mengikuti ketentuan yang berlaku terkait branding Mercy Corps, visibilitas donor, safeguarding, informed consent, dan prinsip ethical storytelling.

Secara khusus, Konsultan bertugas:

1. Mengembangkan strategi komunikasi terpadu, rencana kerja, dan kalender konten yang selaras dengan tujuan, tahapan kegiatan, dan prioritas komunikasi Program DIGITANI.
2. Menghasilkan konten digital berkualitas tinggi untuk memperkuat visibilitas program dan meningkatkan keterlibatan audiens.
3. Mengembangkan impact stories, visual stories, fotografi, video, dan produk komunikasi lainnya berdasarkan bukti program dan pengalaman lapangan.
4. Menerjemahkan informasi teknis dan pembelajaran program menjadi narasi publik yang mudah dipahami, relevan, dan menarik.
5. Mendukung keterlibatan dengan media lokal, nasional, dan internasional serta berbagai peluang peningkatan visibilitas eksternal yang relevan.
6. Memantau kinerja media dan digital serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas komunikasi.

RUANG LINGKUP PEKERJAAN

A. Strategi dan Perencanaan Komunikasi

1. Mengembangkan strategi komunikasi terpadu, rencana kerja, dan kalender konten bulanan.
2. Menentukan pesan utama, prioritas narasi, kelompok sasaran, kanal komunikasi, dan format konten.
3. Mengidentifikasi tahapan penting program, capaian, dan peluang yang dapat dikembangkan menjadi materi komunikasi.
4. Memberikan masukan atas potensi risiko komunikasi dan reputasi program.

B. Pengembangan Konten Digital

Konsultan akan mengembangkan konten untuk platform, Mercy Corps Indonesia dan British Embassy Jakarta, , termasuk:

1. Konten LinkedIn, Instagram (carousel, stories, Reels), Facebook, serta situs web dan blog program.
2. Infografis, photo story, dan visual story.
3. Impact stories dan human-interest stories.

Mercy Corps Indonesia

4. Caption deskriptif dan alt text untuk seluruh foto, serta transkrip atau closed caption untuk seluruh materi audio dan video.

C. Video dan Digital Storytelling

Konsultan akan mendukung produksi:

1. Video pendek dan Reels untuk kebutuhan kanal media sosial
2. Video impact story berdurasi 1 sampai 2 menit.
3. Satu video dokumenter berdurasi 3 sampai 5 menit.
4. Fotografi dan produk visual storytelling.

Bahasa utama seluruh konten video adalah Bahasa Indonesia dan wajib dilengkapi subtitle Bahasa Inggris untuk kebutuhan donordan audiens internasional. Teks yang tampil pada layar dinarasikan atau dibacakan agar dapat diakses oleh penonton dengan hambatan penglihatan.

DELIVERABLES

1. **Strategi komunikasi, rencana implementasi, dan kalender konten bulanan**

Menyusun rencana komunikasi dan kalender konten bulanan yang memuat tema konten, pesan utama, jenis konten, saluran publikasi, target audiens, dan jadwal publikasi sesuai dengan kebutuhan program.

2. **Storyline video impact program**

Menyusun storyline dan konsep video impact program yang memuat pesan utama, alur cerita, profil penerima manfaat/stakeholder, capaian dan perubahan yang dihasilkan program, serta kebutuhan footage untuk mendukung produksi video.

3. **Dokumentasi kegiatan dan pengambilan footage**

Melakukan dokumentasi foto dan video pada kegiatan-kegiatan utama program yang mencakup pengambilan footage kegiatan program, penerima manfaat, stakeholder, serta momen penting yang dapat mendukung kebutuhan komunikasi dan produksi video impact program.

4. **Produksi dan publikasi konten digital berkala (1-2 konten/perbulan) selama periode program**

Memproduksi dan mendukung publikasi konten digital secara berkala untuk LinkedIn, Instagram, Facebook, website, dan platform relevan lainnya sesuai dengan rencana komunikasi, kalender konten bulanan, serta kebutuhan program, dalam bentuk carousel posts, stories, Reels, infografis, photo/visual stories, dan impact stories.

5. **Produksi video**

Memproduksi video berdurasi pendek, impact stories berdurasi 1–2 menit, serta video dokumenter/impact video berdurasi 3–5 menit sesuai dengan kebutuhan dan prioritas program.

6. **Laporan kinerja komunikasi dan digital secara bulanan**

Membuat laporan kinerja komunikasi dan digital secara bulanan yang memuat aktivitas komunikasi, konten yang telah diproduksi dan dipublikasikan, pembelajaran, serta rekomendasi pengembangan konten dan komunikasi program.

Mercy Corps Indonesia

TIMEFRAME / JADWAL

The Consultant will work from 21 September 2026 to 28 February 2027.

The Consultant will report to:

DIGITANI Deputy Program Manager

The Consultant will work directly with:

1. DIGITANI MEL Officer
2. Creative Communication Officer, Mercy Corps Indonesia

PENGALAMAN & KETERAMPILAN

A. Komunikasi Media & Digital

1. Pengalaman yang terbukti dalam pengembangan konten digital serta hubungan media tingkat internasional, nasional, dan lokal.
2. Keterampilan editorial dan penulisan yang kuat dalam bahasa Inggris dan Indonesia (konten situs web, opini, siaran pers).
3. Pengalaman mengelola platform digital milik sendiri dan analisis kinerja.

B. Knowledge & Storytelling

1. Kemampuan untuk menerjemahkan topik-topik teknis seputar iklim atau ketahanan menjadi narasi publik yang menarik.
2. Pengalaman dalam mengembangkan cerita yang berakar pada lapangan dan didasarkan pada pengalaman masyarakat.
3. Pemahaman yang mendalam tentang penceritaan yang etis dan kepekaan terhadap konteks.

C. NGO & Donor

Pengalaman bekerja sama dengan LSM, donor internasional, atau organisasi pembangunan.

D. Ethics, Inclusion & Local Context

1. Pemahaman terhadap prinsip *informed consent*, safeguarding, dan perlindungan data peserta.
2. Pemahaman terhadap komunikasi inklusif dan disabilitas, mencakup penggunaan bahasa, representasi visual, dan aksesibilitas konten.
3. Memiliki peralatan produksi foto dan video sendiri (kamera, lensa, perekam audio, pencahayaan, dan drone apabila diperlukan).
4. Bersedia bekerja di lokasi kegiatan di Kabupaten Dairi.
5. Diutamakan berdomisili di Provinsi Sumatera Utara atau Kabupaten Dairi dan memiliki pengalaman kerja di wilayah tersebut.

E. Kualifikasi Formal

1. Latar belakang di bidang film, komunikasi, media, atau bidang terkait.
2. Pengalaman relevan minimum tiga tahun dalam produksi video dan foto serta komunikasi digital.

Mercy Corps Indonesia

F. Nilai Tambah

1. Pengalaman memproduksi video dampak program pembangunan.
2. Kemampuan bekerja dengan kru kecil dalam kondisi lapangan.
3. Keterampilan dasar motion graphics dan animasi.
4. Kemampuan berbahasa daerah yang digunakan di Kabupaten Dairi.

HAK CIPTA DAN KEPEMILIKAN ASET

Seluruh foto, video, berkas mentah, berkas kerja, dan dokumentasi lain yang dihasilkan dalam penugasan ini menjadi milik Mercy Corps Indonesia dan dapat digunakan oleh Mercy Corps Indonesia, British Embassy Jakarta, dan FCDO tanpa batas waktu. Konsultan tidak memiliki hak untuk mengalihkan, menjual, atau memublikasikan materi tersebut tanpa persetujuan tertulis dari Mercy Corps Indonesia.

CARA MELAMAR

Kandidat yang berminat diundang untuk menyampaikan dokumen berikut:

1. Profil individu atau lembaga beserta CV anggota tim yang akan terlibat.
2. Portofolio karya sebelumnya berupa foto, video, dan konten media sosial, diutamakan pada program pembangunan atau dampak sosial.
3. Pendekatan kreatif dan rencana kerja awal yang selaras dengan deliverables pada Scope of Work ini.
4. Rincian anggaran.

Proposal dikirimkan melalui email ke procurement@id.mercycorps.org paling lambat **15 September 2026** dengan mencantumkan judul konsultasi pada subjek email. Hanya kandidat yang masuk dalam daftar pendek yang akan dihubungi.

DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

Achieving our mission begins with how we build our team and work together. Through our commitment to enriching our organization with people of different origins, beliefs, backgrounds, and ways of thinking, we are better able to leverage the collective power of our teams and solve the world's most complex challenges. We strive for a culture of trust and respect, where everyone contributes their perspectives and authentic selves, reaches their potential as individuals and teams, and collaborates to do the best work of their lives. We recognize that diversity and inclusion is a journey, and we are committed to learning, listening and evolving to become more diverse, equitable and inclusive than we are today.

EQUAL EMPLOYMENT OPPORTUNITY

We are committed to providing an environment of respect and psychological safety where equal employment opportunities are available to all. We do not engage in or tolerate discrimination on the basis of race, color, gender identity, gender expression, religion, age, sexual orientation, national or ethnic origin, disability (including HIV/AIDS status), marital status, military veteran status or any other protected group in the locations where we work.

Mercy Corps Indonesia

SAFEGUARDING & ETHICS

Mercy Corps team members are expected to support all efforts toward accountability, specifically to our stakeholders and to international standards guiding international relief and development work, while actively engaging communities as equal partners in the design, monitoring and evaluation of our field projects. Team members are expected to conduct themselves in a professional manner and respect local laws, customs and MC's policies, procedures, and values at all times and in all in-country venues.