



**BERHENTI  
MENGAYOMI  
KORUPSI**

# Aktivitas Digital Pemerintah: Berapa Milyar Anggaran Influencer

Indonesia Corruption Watch

20 Agustus 2020



# Aktivitas Digital Pemerintah

- Pelibatan *influencer* untuk mempromosikan sebuah produk, bukanlah sesuatu yang sepenuhnya baru
- Fenomena ini semakin marak dilakukan, bahkan oleh pemerintah
- Informasi yang disampaikan oleh para *influencer* tidak selalu valid, tidak jarang justru menyebarkan misinformasi
- Contoh penggunaan *influencer* oleh pemerintah misalnya sosialisasi penanganan Covid-19. Artis-artis diundang ke istana dan setelahnya mereka ikut mensosialisasikan kebijakan pemerintah terkait Covid-19



# Aktivitas Digital Pemerintah

- ICW melakukan penelusuran aktivitas pengadaan barang dan jasa (PBJ) terkait:
  - 1) Aktivitas digital
  - 2) Pelibatan para *influencer* dalam menyosialisasikan program-program pemerintah
- Informasi PBJ diperoleh lewat penelusuran pada situs LPSE Kementerian, maupun Lembaga Pemerintah Non Kementerian (LPNK).



# Aktivitas Digital Pemerintah

- Terdapat 34 Kementerian, 5 LPNK, dan 2 lembaga penegak hukum yakni, Kejaksaan RI dan Kepolisian RI
- Periode penelusuran adalah informasi PBJ selama kurun waktu 2014-2018
- Pengumpulan data: 14 Agustus-18 Agustus 2020
- Kata kunci: “media sosial/ social media”, “influencer”, “key opinion leader”, “komunikasi”, dan “Youtube”.



# Influencer / Buzzer / Pendengung

- Ada berbagai istilah yang dapat menggambarkan individu atau kelompok yang dapat memengaruhi opini publik seperti, *buzzer*, *key opinion leader*, pendengung, dll.
- Pada paparan ini, kami menggunakan istilah “*influencer*”
- *Influencer*: individu atau kelompok yang memiliki pengikut (*follower*) dalam jumlah signifikan, sehingga mereka bisa memengaruhi opini publik.

**Rp 1,29 T**

**Total anggaran belanja pemerintah pusat terkait  
aktivitas digital**



# Anggaran Belanja Pemerintah Untuk Aktivitas Digital Berdasarkan Tahun

No	Tahun	Jumlah Paket Pengadaan	Nilai Paket Pengadaan
1	2014	2	Rp609 juta
2	2015	3	Rp5,3 miliar
3	2016	1	Rp606 juta
4	2017	24	Rp535,9 miliar
5	2018	42	Rp247,6 miliar
6	2019	36	Rp183,6 miliar
7	2020	25	Rp322,3 miliar
TOTAL		133	Rp1,29 triliun.



# Kata Kunci

- Jika ditelusuri berdasarkan kata kunci, ditemukan bahwa aktivitas digital banyak dilakukan melalui media sosial.
- Ada 68 paket pengadaan dengan kata kunci “media sosial” dengan total anggaran RP 1,16 triliun.
- Aktivitas lain tidak diketahui secara rinci portal/lokasi terkecuali dua paket pengadaan yang secara terang mencantumkan “Youtube”.
- Kata kunci “Kampanye online”, “kampanye digital”, dan “media online” tidak memberikan informasi terperinci, kendati demikian tidak menutup kemungkinan aktivitas turut dilakukan di portal media sosial.

**Rp 90,45 M**

**Total anggaran belanja pemerintah pusat untuk aktivitas yang melibatkan influencer**

## Penyedia

<b>NPWP</b>	66.213.535.9-001.000
<b>Badan Usaha</b>	CV
<b>Nama Perusahaan</b>	Zaskiya Ebertha
<b>Alamat</b>	Jl. Matraman Raya Lt.3 No.67 Kel. Palmeriam Kec. Matraman
<b>Kab/Kota</b>	KOTA JAKARTA TIMUR
<b>Provinsi</b>	DKI JAKARTA

## Pekerjaan

<b>ID</b>	5962
<b>No Dipa</b>	023.03.1.414726/2019
<b>Tgl Dipa</b>	05-12-2018
<b>Tahun Anggaran</b>	2019
<b>Pekerjaan</b>	Pengadaan Sosialisasi PPDB melalui Influencer Media Sosial artis Gritte Agatha & Ayushita W.N
<b>Penawaran</b>	Rp 117.700.000
<b>Penawaran Setelah Negosiasi</b>	Rp 114.400.000

## Penyedia

<b>NPWP</b>	75.054.714.3-034.000
<b>Badan Usaha</b>	PT
<b>Nama Perusahaan</b>	PT. PARAMA CAKRA BUANA
<b>Alamat</b>	RUKO SENTRA NIAGA GREEN LAKE CITY JL. KRESEK RAYA NO. 26 RT. 06/08
<b>Kab/Kota</b>	KOTA JAKARTA BARAT
<b>Provinsi</b>	DKI JAKARTA

## Pekerjaan

<b>ID</b>	5868
<b>No Dipa</b>	023.03.1.414726/2019
<b>Tgl Dipa</b>	05-12-2018
<b>Tahun Anggaran</b>	2019
<b>Pekerjaan</b>	Pengadaan Sosialisasi PPDB melalui Influencer Media Sosial artis Ahmad Jalaluddin Rumi & Ali Syakieb
<b>Penawaran</b>	Rp 116.600.000
<b>Penawaran Setelah Negosiasi</b>	Rp 114.400.000

Kode Tender	3060386		
Nama Tender	Publikasi Branding Pariwisata Melalui International Online Influencers Trip Paket IV		
Rencana Umum Pengadaan	Kode RUP	Nama Paket	
	18394498	Publikasi Branding Pariwisata Melalui International Online Influencers Trip Paket IV	
Tanggal Pembuatan	06 Agustus 2018		
Lingkup pekerjaan			
Keterangan			
Tahap Tender Saat ini	Tender Sudah Selesai		
Instansi	Kementerian Pariwisata		
Satuan Kerja	DEPUTI BIDANG PENGEMBANGAN PEMASARAN II		
Kategori	Jasa Lainnya		
Sistem Pengadaan	Lelang Sederhana - Pascakualifikasi Satu File - Harga Terendah Sistem Gugur		
Tahun Anggaran	APBN 2018		
Nilai Pagu Paket	Rp 5.000.000.000,00	Nilai HPS Paket	Rp 4.998.000.000,00
Jenis Kontrak	Cara Pembayaran	Gabungan Lumsum dan Harga Satuan	
	Lokasi Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>Jalan Medan Merdeka Barat No.17 Jakarta - Jakarta Pusat (Kota)</li> </ul>	



# Anggaran Belanja Pemerintah Untuk Aktivitas Digital Berdasarkan Kata Kunci

No	Keterangan	Jumlah Paket Pengadaan	Nilai Paket Pengadaan
1	Media Sosial	68	Rp1,16 triliun
2	Influencer/KOL	40	Rp90,45 miliar
3	Konsultan Komunikasi	7	Rp2,55 miliar
4	Kampanye online	5	Rp9,64 miliar
5	Media	5	Rp4,22 miliar
6	Kampanye digital	3	Rp19,21 miliar
7	Media Online	2	Rp4,18 miliar
8	Youtube	2	Rp344,3 juta
9	Branding	1	Rp2,5 miliar
	<b>TOTAL</b>	<b>133</b>	<b>Rp1,29 triliun.</b>



# Influencer

- Kata kunci yang penting disoroti adalah “Influencer” dan “Key Opinion Leader”
- Ditemukan 40 paket pengadaan dengan dua kata kunci tersebut
- Jumlah anggaran belanja untuk *influencer* mencapai Rp 90,45 miliar
- Anggaran belanja untuk “influencer” semakin marak sejak tahun 2017.



# Anggaran Belanja Pemerintah Untuk Aktivitas yang melibatkan Influencer Berdasarkan Tahun

No	Tahun	Jumlah Paket Pengadaan	Nilai Paket Pengadaan
1	2014	-	-
2	2015	-	-
3	2016	-	-
4	2017	5	Rp 17,68 miliar
5	2018	15	Rp 56,55 miliar
6	2019	13	Rp 6,67 miliar
7	2020	7	Rp 9,53 miliar
Total		40	Rp 90,45 Milyar



No	Kementerian/Lembaga	Jumlah Paket Pengadaan	Nilai Paket Pengadaan
1	Kementerian Pariwisata	44	Rp263,29 miliar
2	Kementerian Keuangan	17	Rp21,25 miliar
3	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan	14	Rp1,95 miliar
4	Kepolisian RI	12	Rp937 miliar
5	Kementerian Perhubungan	11	Rp11 miliar
6	Kementerian Komunikasi dan Informatika	9	Rp21,27 miliar
7	Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian	8	Rp2,7 miliar
8	Badan Koordinasi Penanaman Modal	4	Rp2,15 miliar
9	Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat	3	Rp3,47 miliar
10	Kementerian Dalam Negeri	2	Rp1,35 miliar

Anggaran Belanja Pemerintah Untuk Aktivitas Digital  
Berdasarkan Instansi



# Anggaran Belanja Pemerintah Untuk Jasa Influencer Berdasarkan Instansi

No	Kementerian/Lembaga	Jumlah Paket Pengadaan Jasa Influencer	Nilai Paket Pengadaan
1	Kementerian Pariwisata	22	Rp77,66 miliar
2	Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan	12	Rp1,6 miliar
3	Kementerian Komunikasi dan Informatika	4	Rp10,83 miliar
4	Kementerian Perhubungan	1	Rp195,8 juta
5	Kementerian Pemuda dan Olahraga	1	Rp150 juta
	TOTAL	40	Rp90,4 miliar



# Temuan

- Pemerintah telah dan akan menggelontorkan anggaran publik dalam jumlah besar terkait aktivitas digital
- Jokowi tidak percaya diri dengan program-programnya hingga harus menggelontorkan anggaran untuk influencer
- Apabila kita hendak menelusuri sumber-sumber lainnya seperti dokumen anggaran publik atau memperluas cakupan pantauan ke pemerintah daerah, tidak tertutup kemungkinan jumlah yang ditemukan lebih besar dari Rp 1,29 triliun



# Catatan

- Pertama, akuntabilitas dan transparansi
- Transparan dari segi anggaran (alokasi, penggunaan)
- Transparan dari segi penggunaan (publik berhak tau kebijakan yang menggunakan influencer)
- Bagaimana pemerintah menentukan bahwa suatu isu memerlukan bantuan *influencer*?
- Bagaimana pemerintah menentukan individu yang layak dijadikan *influencer*
- Bagaimana peran institusi kehumasan yang dimiliki pemerintah apabila penggunaan jasa *influencer* semakin marak?



# Catatan

- Kedua, tren penggunaan *influencer* dapat membawa pemerintah pada kebiasaan mengambil jalan pintas
- Misalnya, guna memuluskan sebuah kebijakan publik yang tengah disusun, maka pemerintah menggunakan jasa *influencer* untuk memengaruhi opini publik
- Hal ini tidak sehat dalam demokrasi karena berpotensi mengaburkan substansi kebijakan yang tengah disusun dan kemudian berakibat pada tertutupnya ruang percakapan publik.



**SEKIAN**