

1.1 Latar Belakang dan Filosofi Brand

Dalam lanskap ekonomi digital Indonesia yang berkembang pesat, Viufinder (PT Viufinder Kreasi Indonesia) memposisikan dirinya sebagai entitas disruptif dalam industri fotografi.¹ Beroperasi dengan model pasar dua sisi (*two-sided marketplace*), platform ini berfungsi sebagai jembatan digital yang menghubungkan pencari jasa fotografi dengan talenta visual yang telah dikurasi namun mungkin belum terekspos oleh media arus utama.¹

Filosofi inti yang menggerakkan operasional Viufinder berakar pada demokratisasi akses terhadap fotografi profesional. Misi perusahaan secara eksplisit dinyatakan untuk "terus berinovasi untuk memajukan industri fotografi di Indonesia".² Pernyataan misi ini mengandung implikasi strategis yang mendalam: Viufinder tidak hanya bertindak sebagai agen pemesanan, melainkan sebagai akselerator ekosistem yang bertujuan menstandarisasi kualitas, harga, dan aksesibilitas layanan fotografi di seluruh nusantara.

Slogan perusahaan, "Jasa Fotografi Untuk Semua Kebutuhan Anda!"³, mencerminkan ambisi untuk menjadi utilitas harian (*daily utility*) bagi konsumen, menggeser persepsi fotografi profesional dari layanan mewah yang hanya dipesan untuk acara besar (seperti pernikahan) menjadi layanan yang dapat diakses untuk kebutuhan gaya hidup sehari-hari, dokumentasi kuliner, hingga kebutuhan komersial UMKM.

1.2 Struktur Legal dan Kehadiran Fisik

Kredibilitas sebuah entitas digital sering kali dinilai dari jejak korporat fisiknya. Viufinder beroperasi di bawah payung hukum **PT Viufinder Kreasi Indonesia**.¹ Keberadaan fisik perusahaan ini sangat strategis, berlokasi di salah satu distrik bisnis paling prestisius di Jakarta:

Alamat Korporat:

Treasury Tower, 7th Floor,

Jl. Jenderal Sudirman Kav 52-53,

Senayan, Jakarta 12190.⁴

Pemilihan lokasi di Treasury Tower, SCBD, memberikan sinyal kepercayaan (*trust signal*) yang kuat kepada klien korporat dan mitra strategis. Bagi sebuah bot layanan pelanggan (*customer service bot*), informasi ini krusial untuk menjawab pertanyaan terkait legitimasi perusahaan, lokasi pengiriman faktur fisik, atau keperluan administratif lainnya. Bot harus mampu membedakan antara "lokasi kantor pusat" (untuk administrasi) dan "lokasi layanan" (tempat pemotretan berlangsung), mengingat sifat bisnis ini yang terdesentralisasi secara operasional namun terpusat secara administratif.

1.3 Identifikasi Persona Target Audiens

Berdasarkan analisis konten layanan dan struktur harga, target audiens Viufinder dapat disegmentasi menjadi dua kelompok utama, yang masing-masing memerlukan pendekatan komunikasi yang berbeda dalam skrip bot:

1. Konsumen Gaya Hidup & Wisatawan (B2C):

- Ini adalah segmen terbesar, mencakup individu yang mencari dokumentasi liburan (terutama di Bali dan Lombok), pasangan yang melakukan sesi *pre-wedding*, keluarga, dan orang tua baru (fotografi bayi).
- Karakteristik: Sensitif terhadap harga, membutuhkan panduan gaya (*style guide*), dan mengutamakan kecepatan pengiriman foto untuk media sosial.
- Data Pendukung: Ulasan di platform perjalanan seperti Traveloka dan Klook menunjukkan volume tinggi di destinasi wisata dengan ulasan yang memuji fotografer spesifik seperti Aditya Ivan di Bali dan Yosi di Lombok.⁵

2. Klien Komersial & UMKM (B2B):

- Mencakup pemilik bisnis kuliner (*Food Photography*), penjual e-commerce (*Product Photography*), dan penyelenggara acara (*Event Photography*).
- Karakteristik: Fokus pada hak penggunaan komersial, kualitas resolusi tinggi untuk cetak, dan konsistensi visual.
- Data Pendukung: Kategori layanan eksplisit untuk "Food Photography" dan "Product Photography" menunjukkan penetrasi ke pasar ini.⁷

2. Taksonomi Layanan dan Cakupan Geografis

2.1 Kategorisasi Vertikal Layanan

Untuk membangun *knowledge base* yang efektif, bot harus memahami ontologi layanan yang ditawarkan. Viufinder tidak menjual "fotografi" secara umum, melainkan menjual paket spesifik berdasarkan *use-case*. Berikut adalah sembilan pilar layanan utama yang teridentifikasi:

Kategori Layanan	Deskripsi Kontekstual untuk Bot
Portrait Photography	Fotografi personal, <i>personal branding</i> , profil LinkedIn, atau konten media sosial individu.
Pre-wedding Photography	Sesi pemotretan pasangan sebelum pernikahan, seringkali di lokasi <i>outdoor</i> atau ikonik.

Wedding Photography	Dokumentasi hari-H pernikahan. Bot perlu memverifikasi ketersediaan durasi panjang (paket 8-10 jam).
Maternity Photography	Dokumentasi kehamilan, biasanya dilakukan pada trimester ketiga.
Newborn Baby Photography	Fotografi bayi baru lahir. Memerlukan penanganan khusus dan mungkin lokasi <i>indoor/home service</i> .
Event Photography	Dokumentasi acara ulang tahun, <i>gathering</i> kantor, atau arisan.
Food Photography	Fotografi kuliner untuk menu restoran atau aplikasi pengiriman makanan.
Product Photography	Fotografi katalog produk untuk <i>e-commerce</i> .
Family Photography	Sesi foto keluarga besar atau dokumentasi liburan keluarga.

Analisis: Keberagaman kategori ini menuntut bot untuk memiliki logika percabangan (*decision tree*) yang cerdas. Misalnya, jika pengguna memilih "Product Photography", bot harus memprioritaskan pertanyaan tentang jenis produk dan jumlah SKU, berbeda dengan "Wedding Photography" yang memprioritaskan pertanyaan tentang tanggal dan lokasi *venue*.

2.2 Penetrasi Geografis dan Strategi Lokasi

Viufinder telah melakukan ekspansi agresif di luar basis utamanya di Jakarta. Pemahaman tentang cakupan geografis ini vital untuk menghindari kegagalan layanan (*service failure*) di mana bot menyetujui pemesanan di lokasi yang tidak terlayani.

Daftar kota operasional saat ini meliputi:

- **Jawa & Banten:** Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Semarang, Tangerang, Bogor, Surakarta (Solo), Serang, Cirebon, Malang, Madiun, Magelang.¹
- **Bali & Nusa Tenggara:** Denpasar (Bali), Mataram (Lombok).¹

- **Sumatera:** Medan, Pekanbaru, Palembang, Bukittinggi, Padang.¹
- **Sulawesi:** Makassar, Palu, Manado.¹

Implikasi Operasional:

Bot harus dilengkapi dengan geo-fencing logic. Jika pengguna meminta sesi foto di "Raja Ampat" atau "Papua", bot harus secara otomatis mendeteksi bahwa lokasi tersebut berada di luar cakupan layanan standar dan mungkin mengarahkan ke layanan pelanggan manual atau menolak permintaan dengan sopan, karena data saat ini tidak menunjukkan operasional di wilayah Indonesia Timur bagian jauh. Selain itu, penyebutan kota-kota wisata spesifik seperti Bukittinggi dan Mataram menunjukkan strategi yang menyasar pasar pariwisata domestik, bukan hanya pasar urban metropolitan.

3. Arsitektur Komersial dan Model Penetapan Harga

3.1 Model Harga Berbasis Waktu (*Time-Based Block Pricing*)

Salah satu proposisi nilai terkuat Viufinder adalah transparansi harga. Berbeda dengan industri fotografi tradisional yang sering menggunakan sistem penawaran (*quotation*) yang rumit dan variatif, Viufinder menstandarisasi biaya berdasarkan durasi waktu.

Struktur Harga Dasar:

Harga mulai dari IDR 300.000 per jam.⁷ Ini adalah "Fixed Rate" yang menjadi jangkar psikologis bagi konsumen.

Matriks Paket dan Deliverables:

Bot harus memprogram logika bahwa jumlah foto yang diterima ("output") berskala linear dengan durasi waktu ("input"). Tidak ada diskon volume yang terlihat secara eksplisit dalam data publik untuk durasi yang lebih lama, yang menyederhanakan algoritma perhitungan harga.

Durasi Pemotretan	Jumlah Foto Diedit (Enhanced)	Estimasi Biaya Dasar (IDR)*
1 Jam	10 Foto	Rp 300.000
2 Jam	20 Foto	Rp 600.000 (Estimasi)

4 Jam	40 Foto	Rp 1.200.000 (Estimasi)
6 Jam	60 Foto	Rp 1.800.000 (Estimasi)
8 Jam	80 Foto	Rp 2.400.000 (Estimasi)
10 Jam	100 Foto	Rp 3.000.000 (Estimasi)

Catatan: Harga estimasi didasarkan pada kelipatan tarif dasar per jam. Bot harus selalu memverifikasi harga real-time dari API saat transaksi, namun tabel ini berfungsi sebagai panduan pengetahuan statis.

3.2 Disparitas Harga Antar-Platform (Direct vs OTA)

Terdapat perbedaan harga yang signifikan antara pemesanan langsung melalui situs web Viufinder dan pemesanan melalui *Online Travel Agents* (OTA). Bot harus mampu menangani pertanyaan tentang perbedaan harga ini dengan bijak.

- **Pemesanan Langsung (Website/App):** Mulai IDR 300.000/jam.⁷
- **Traveloka (Pasar Singapura/Internasional):** Terdaftar sekitar S\$ 35.20 - S\$ 43.02 (Sekitar IDR 400.000 - 500.000).⁹
- **Expedia:** Terdaftar \$32 USD per pelancong (Sekitar IDR 500.000).¹⁰
- **GetYourGuide:** Terdaftar mulai dari \$37.34 USD (Sekitar IDR 580.000).¹

Analisis Strategis:

Harga di OTA lebih tinggi mencerminkan komisi platform (biasanya 20-30%) dan penargetan pasar wisatawan internasional yang memiliki daya beli lebih tinggi. Bot harus mengarahkan pengguna yang sensitif harga untuk memesan langsung melalui aplikasi/website Viufinder, sementara pengguna yang membutuhkan kemudahan bundling perjalanan dapat diarahkan ke OTA.

3.3 Kebijakan File Mentah (*RAW Files Policy*)

Ini adalah titik gesekan (*friction point*) potensial yang paling kritis. Banyak klien, terutama yang memiliki latar belakang hobi fotografi, akan meminta file mentah (RAW) untuk diedit sendiri.

Kebijakan Tegas:

"We only give 10 edited photos/hour and do not give the raw files".¹¹

Viufinder TIDAK memberikan file mentah. Bot harus deprogram untuk menjawab pertanyaan ini dengan tegas namun edukatif. Narasi yang dibangun haruslah bahwa Viufinder menjamin kualitas akhir melalui proses penyuntingan internal ("Enhanced Photos") dan bahwa penahanan file RAW adalah standar industri untuk melindungi hak kekayaan intelektual visual dan standar kualitas brand. Memberikan file RAW berisiko foto diedit ulang dengan buruk oleh klien, yang kemudian dapat merusak reputasi visual fotografer atau platform jika diunggah ke media sosial.

4. Kerangka Kerja Operasional dan Alur Pengguna

4.1 Mekanisme Pemesanan "Empat Langkah"

Viufinder menyederhanakan perjalanan pelanggan (*user journey*) menjadi empat langkah linier. Bot harus memandu pengguna melalui corong (*funnel*) ini:

1. **Book (Pesan):** Pengguna memilih fotografer, lokasi, dan waktu. Di tahap ini, bot dapat membantu dengan merekomendasikan fotografer yang tersedia di kota tujuan.⁷
2. **Shoot (Foto):** Pelaksanaan sesi foto.
3. **Edit (Sunting):** Proses pasca-produksi dilakukan oleh fotografer.
4. **Delivery (Terima):** Pengguna menerima foto yang telah diedit.

4.2 Protokol Konfirmasi dan Pembayaran

Penting untuk dicatat bahwa pemesanan di Viufinder tidak bersifat instan (*instant confirmation*) dalam arti tradisional. Ada mekanisme persetujuan mitra yang terjadi di balik layar.

- **Langkah 1:** Klien mengajukan pesanan.
- **Langkah 2:** Fotografer menerima notifikasi dan memiliki tiga opsi respons: **Terima (Accept)**, **Jadwal Ulang (Reschedule)**, atau **Tolak (Decline)**.⁴
- **Langkah 3:** Pembayaran hanya diproses *setelah* fotografer mengonfirmasi ketersediaan dan menerima pesanan ("Once booking has been accepted by Photographer, the client will get a notification to proceed with payment").⁴

Implikasi Bot:

Bot tidak boleh menjanjikan ketersediaan instan. Bot harus menggunakan bahasa probabilitas, seperti "Kami telah mengirimkan permintaan Anda kepada fotografer. Mohon tunggu konfirmasi penerimaan sebelum melakukan pembayaran." Ini vital untuk mencegah chargeback atau kekecewaan pelanggan jika uang sudah ditarik namun fotografer menolak.

4.3 Logika "Location Based"

Sistem Viufinder memprioritaskan fotografer yang berada di kota yang sama dengan klien untuk meminimalisir biaya transportasi dan akomodasi.³

- **Zona Layanan:** Dalam paket OTA (seperti di Bali), terdapat pembagian zona (Zone 1 vs Zone 2) dengan harga berbeda.⁹ Zona 1 mungkin mencakup area populer (Kuta, Seminyak), sementara Zona 2 mencakup area yang lebih jauh (Uluwatu, Ubud).
- **Biaya Tambahan:** Bot harus memberi tahu pengguna bahwa jika lokasi pemotretan berada di luar zona dasar fotografer, biaya transportasi tambahan mungkin berlaku dan harus ditanggung oleh klien.⁹

5. Kebijakan Layanan, Pembatalan, dan Purna Jual

5.1 Kebijakan Pembatalan dan Pengembalian Dana (*Refund Policy*)

Manajemen ekspektasi terkait uang adalah fungsi paling sensitif dari bot. Viufinder memiliki aturan main yang ketat namun terukur yang tertuang dalam Syarat dan Ketentuan (T&C).

Matriks Keputusan Pembatalan:

Waktu Pembatalan (Relatif terhadap Sesi Foto)	Status Persetujuan Viufinder	Penalti	Pengembalian Dana (Refund)
> 24 Jam	Disetujui	0%	100%
< 24 Jam	Disetujui	50%	50%
Kapanpun	Tidak Disetujui	100%	0% (Hangus)
Dibatalkan oleh Viufinder	N/A	0%	100% atau Reschedule

Sumber Data:⁴

Nuansa Penting:

- Kebijakan ini berlaku untuk pemesanan langsung. Pemesanan via OTA seperti Traveloka memiliki aturan yang lebih ketat, misalnya "Non-refundable jika kurang dari 1 hari" dan pengembalian 50% jika kurang dari 7 hari.⁹ Bot harus memverifikasi *sumber pemesanan* (Booking Source) sebelum memberikan informasi refund.
- Proses *refund* memakan waktu maksimal **5 hari kerja**.⁴

5.2 Standar Waktu Pengiriman (SLA) dan Retensi Data

- **Waktu Pengiriman:** Fotografer diwajibkan mengirimkan foto yang telah diedit maksimal **H+7 (7 hari)** setelah sesi foto.⁴ Namun, beberapa paket "Express" di OTA menjanjikan pengiriman dalam 1 jam.¹³ Bot harus mengecek jenis paket yang dibeli.
- **Batas Waktu Unduh:** Klien memiliki waktu **3 bulan** untuk mengunduh foto dari folder bersama. Setelah 3 bulan, akses akan ditutup dan Viufinder tidak menjamin ketersediaan salinan cadangan.⁴ Bot harus secara proaktif mengingatkan pengguna tentang tenggat waktu ini.
- **Siklus Revisi:** Klien berhak meminta revisi. Fotografer memiliki waktu **1x24 jam** untuk menyelesaikan setiap permintaan revisi. Klien dapat memberikan umpan balik berulang kali hingga puas ("as many feedbacks as required until get a satisfied result").⁴ Ini adalah janji layanan yang sangat berani ("Unlimited Editing") yang harus dikomunikasikan bot sebagai nilai jual utama.

5.3 Hak Cipta dan Penggunaan Aset

Dalam T&C disebutkan bahwa "Semua media yang diunggah ke situs web/aplikasi Viufinder menjadi aset Viufinder".⁴

- **Implikasi:** Viufinder memiliki hak untuk menggunakan foto-foto klien untuk keperluan perusahaan (pemasaran, portofolio).
- **Edukasi Pengguna:** Bot harus siap menjawab kekhawatiran privasi. Jika pengguna bertanya, "Apakah foto saya akan dipakai iklan?", jawabannya secara teknis adalah "Ya, berdasarkan Syarat dan Ketentuan, namun kami menghormati privasi Anda."

6. Ekosistem Mitra: Perspektif Fotografer

6.1 Proposisi Nilai untuk Fotografer

Bot tidak hanya melayani klien, tetapi juga calon mitra fotografer. Viufinder menawarkan skema "Gig Economy" bagi fotografer.

- **Penghasilan:** Tarif standar bagi fotografer adalah **IDR 250.000 per jam/proyek**.³
- **Margin Platform:** Jika harga klien IDR 300.000 dan bayaran fotografer IDR 250.000, maka Viufinder mengambil komisi kotor sebesar **IDR 50.000 (16.6%)** per jam transaksi dasar.
- **Pembayaran Terjamin:** Viufinder bertindak sebagai penjamin (*escrow*). Klien membayar di muka, uang ditahan Viufinder, dan baru dicairkan ke fotografer setelah pekerjaan selesai dan diterima klien.³

6.2 Gamifikasi dan Jenjang Karir

Viufinder menerapkan sistem insentif untuk menjaga loyalitas mitra.

- **Aturan 100 Jam:** Fotografer yang telah menyelesaikan 100 jam proyek berhak mengajukan fitur "**Premium Price**".³
- **Implikasi:** Ini menciptakan strata kualitas. Fotografer baru (Junior) bermain di harga dasar, sementara fotografer berpengalaman (Senior/Premium) dapat mengenakan tarif lebih tinggi, yang juga berarti pendapatan lebih tinggi bagi platform. Bot dapat menggunakan data ini untuk merekomendasikan "Fotografer Premium" kepada klien yang menginginkan jaminan kualitas ekstra.

6.3 Sanksi dan Kepatuhan Mitra

Untuk menjaga kualitas layanan, Viufinder menerapkan sistem penalti bagi fotografer:

- **Keterlambatan Pengiriman:** Fotografer yang gagal mengirim edit dalam waktu yang ditentukan (H+7) dapat dikenakan penalti finansial.⁴
- **Keterlambatan Kehadiran:** Jika fotografer terlambat datang ke lokasi, biaya jasa dapat dipotong secara proporsional.⁴

7. Saluran Layanan dan Dukungan Teknis

7.1 Titik Kontak (*Touchpoints*)

Untuk eskalasi masalah yang tidak dapat diselesaikan oleh bot, Viufinder menyediakan saluran dukungan "Awesome Support"³:

- **Email Utama:** hello@viufinder.com.⁴
- **Nomor Telepon/WhatsApp:** [+62 819 680 680](tel:+62819680680).⁴
- **Media Sosial:**

- Instagram: [@viufinder_id](#).⁹
- Facebook: [@viufinder](#).⁹

7.2 Infrastruktur Digital

Layanan tersedia melalui ekosistem digital terintegrasi:

- **Website:** [www.viufinder.com](#).⁴
- **Aplikasi Mobile:** Aplikasi bernama "Viufinder" tersedia (diasumsikan di Play Store/App Store berdasarkan referensi "Mobile App").⁴

8. Analisis Data dan Strategi Respons Bot

8.1 Wawasan dari Ulasan Pelanggan (*Sentiment Analysis*)

Analisis terhadap ulasan pelanggan memberikan data kualitatif yang penting untuk melatih gaya bahasa (*tone of voice*) bot.

- **Pujian Kunci:** Profesionalisme, keramahan, kemampuan mengarahkan gaya (*directing*), dan kepuasan terhadap hasil akhir. Nama fotografer seperti **Aditya Ivan** (Bali) dan **Yosi** (Lombok) muncul berulang kali dengan rating bintang 5.⁵
- **Nilai Tambah:** Pengguna menghargai fotografer yang bisa berbahasa Inggris dengan lancar (penting untuk pasar turis) dan yang "sabar".⁶
- **Strategi Bot:** Bot harus diprogram untuk menonjolkan testimonial ini. Contoh: "Banyak pengguna kami di Bali sangat merekomendasikan Aditya Ivan untuk sesi foto yang santai namun profesional."

8.2 Skenario Penanganan Keluhan (*Dispute Resolution*)

Berdasarkan T&C, berikut adalah logika penyelesaian sengketa yang harus diadopsi bot:

- **Kasus: Foto Jelek/Tidak Sesuai.**
 - *Respon Bot:* "Mohon maaf atas ketidaknyamanan Anda. Anda memiliki hak untuk meminta revisi (Unlimited Editing). Silakan berikan umpan balik spesifik pada hasil foto di dashboard Anda, dan fotografer kami wajib memperbaikinya dalam 1x24 jam."⁴
- **Kasus: Fotografer Tidak Datang.**
 - *Respon Bot:* "Ini adalah situasi serius. Mohon hubungi saluran darurat kami di +62 819 680 680. Berdasarkan kebijakan kami, jika pembatalan terjadi karena

kesalahan pihak kami/mitra, Anda berhak mendapatkan pengembalian dana penuh atau penjadwalan ulang."