

BAB II

DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN

A. SMS Mop

Kata 'Mop' sendiri merupakan sebuah istilah yang digunakan pada budaya Papua sebagai representasi dari humor khas Papua. Cerita-cerita lucu menggunakan logat dan aksen Papua bertemakan seputar kebiasaan dan kehidupan orang Papua yang bersifat menghibur dan mengundang tawa sebagai alat perekat sosial bagi komunitas Papua.

Ibarat semboyan “empat sehat lima sempurna” dalam budaya Papua yang berlaku adalah “empat sehat lima kurang sempurna tanpa mop” jadi sudah merupakan kebutuhan pokok yang tidak bisa terlepas dari pola hidup masyarakat Papua secara umum.

SMS Mop adalah produk dari Ceritamop.com yang merupakan layanan berlangganan humor khas Papua dalam bentuk pesan singkat pada media telepon seluler. Layanan ini ditawarkan sebagai solusi praktis bagi komunitas Papua dalam perantauan yang ingin meluapkan rasa rindu akan cerita mop yang jarang didapatkan di daerah rantau. Dengan berlangganan melalui layanan SMS Mop dari Ceritamop.com ini mereka akan mendapatkan "sarapan batin" berupa cerita mop melalui SMS di telepon seluler mereka rutin setiap pagi pukul 06.00 WIB untuk memulai hari-hari mereka dengan ceria dan bersemangat.

B. Ceritamop.com

1. Sejarah

Ceritamop.com sebagai perusahaan pencetus dan penyelenggara layanan SMS Mop berdiri sejak 18 Oktober 2009 di-latar belakang-i dengan visi sebagai ajang berbagi cerita humor khas Papua (Cerita Mop) pada media Internet yang bisa diraih komunitas Papua baik tersebar di seluruh dunia maupun yang berada di pulau Papua agar dapat saling menghibur dan melestarikan budaya humor khas Papua ini. Dalam usaha meraih visi tersebut di internet maka dibutuhkan sebuah domain atau alamat website yang dapat diakses oleh semua komunitas Papua dimanapun mereka berada, hal ini diwujudkan dengan dibuatkan alamat website www.ceritamop.com

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komputer dimana sudah mulai banyak yang lebih memilih kepraktisan fasilitas yang ditawarkan *Facebook* dan *Twitter*, Ceritamop.com-pun turut berinisiatif untuk menawarkan alternatif kepraktisan memperoleh cerita Mop bagi komunitas Papua di Indonesia dengan konsep berlangganan "sarapan batin" melalui pesan singkat yang terkirim rutin setiap pagi langsung ke perangkat telepon seluler pelanggan. Jadi pelanggan tidak perlu bersusah-susah mencari-cari di internet atau minta teman untuk menceritakan cerita Mop tetapi dengan berlangganan SMS Mop, tanpa mereka melakukan usaha atau tindakan pencarian cerita mop sudah datang sendiri menyambut pelanggan langsung pada perangkat telepon seluler pelanggan, suatu

media yang pada kecenderungannya merupakan hal pertama yang dicari pada saat bangun tidur.

2. Konteks

Sesuai dengan namanya Ceritamop.com berada pada konteks humor khas Papua yang dikenal sebagai Cerita Mop yang mengkhususkan diri sebagai penyelenggara jasa layanan berlangganan cerita Mop melalui pesan singkat pada perangkat telepon seluler yang dimiliki pelanggan.

Pesan singkat telepon seluler juga dikenal sebagai SMS, singkatan dari '*Short Message Service*' yaitu layanan pesan singkat sebuah fitur layanan dari operator seluler yang memungkinkan pelanggan untuk mengirim dan menerima pesan singkat berupa teks antar atau sesama nomornomor pelanggan yang terdaftar pada jaringan operator tertentu.

Layanan SMS Mop dapat diterima oleh semua pelanggan yang nomor telepon selulernya terdaftar pada operator seluler Indonesia yaitu Telkomsel, Indosat, Telkom Fleksi, Three, Esia dan XL. Layanan ini bersifat premium yaitu dikenakan tarif khusus dengan cara pemotongan pulsa pelanggan setiap kali menerima content.

Segmen utama pelanggan SMS mop adalah orang Papua yang berada di tanah rantau Indonesia yang ingin kepratisan dalam memperoleh cerita mop. Segmen sekundernya adalah semua orang Indonesia yang pernah menetap di Papua, mempunyai teman Papua yang mengerti konsep Cerita Mop dan menggemarnya yang ingin memperoleh penghiburan oleh cerita mop dengan cara yang praktis.

Pelanggan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah terbatas pada semua pelanggan dengan nomor yang sudah melakukan registrasi untuk berlangganan dan terdaftar masih aktif pada database sistem pengelolaan content.

Website yang dimaksud dalam penelitian ini adalah www.ceritamop.com yang berisi deskripsi layanan, teknis dan identitas, kontak pengelola serta teknis cara dan kondisi berlangganan.

Facebook yang dimaksud pada penelitian ini adalah sebuah situs jejaring sosial di internet yang juga digunakan Ceritamop.com dengan akun 'SMS Mop Papua' sebagai media promosi dan interaksi secara elektronik dengan komunitas penggemar cerita Mop dan pelanggan layanan sms Mop.

3. Teknis Cara Berlangganan SMS Mop

Layanan SMS Mop akan mulai terkirim setiap pagi pukul 06.00 WIB setelah sebuah nomor telepon seluler melakukan registrasi layanan dengan cara mengirim SMS berisi REG MOP ke nomor kode akses 9600. Pada saat 9600 menerima pesan dengan isi demikian, secara otomatis sistem memasukkan nomor pengirim kedalam daftar member berlangganan yang akan ikut serta dalam daftar pengiriman konten SMS Mop setiap pagi. Pengiriman rutin tetap berjalan selama tidak ada permintaan berhenti berlangganan yang dapat pelanggan lakukan dengan cara mengirim SMS berisi UNREG MOP ke nomor kode akses 9600. SMS pemberitahuan bahwa sebuah nomor pelanggan telah terdaftar atau telah berhenti berlangganan akan diterima oleh pelanggan setelah registrasi berlangganan atau berhenti berlangganan.

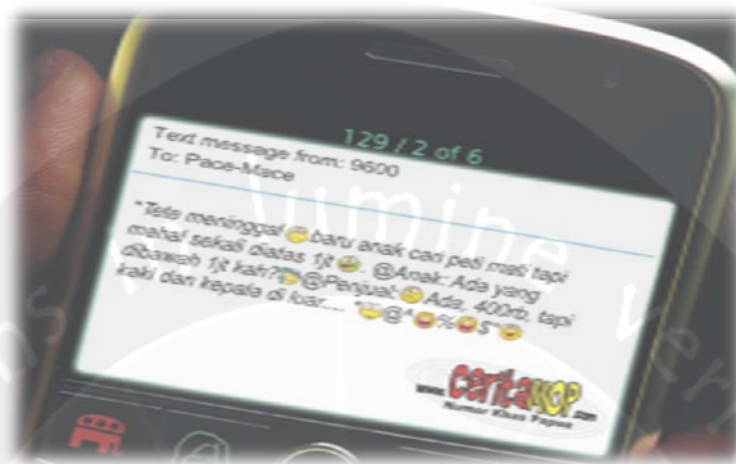
Biaya jasa layanan SMS Mop dan biaya pengiriman SMS beserta pajak akan dibebankan kepada pulsa nomor pelanggan sebesar 2200 per SMS Mop yang berhasil terkirim kepada nomor pelanggan. Jadi, pemotongan pulsa bukan berdasarkan mingguan atau bulanan namun tepatnya terjadi setiap pelanggan menerima konten, yaitu 1 (satu) buah SMS sepanjang maksimal 160 karakter teks.

Ketentuan yang berlaku adalah sebagai berikut:

- a. Satu buah SMS dikirim per hari setiap pagi pukul 06.00 WIB.
- b. Pemotongan pulsa terjadi setiap kali nomor pelanggan berhasil menerima kiriman konten sejumlah satu SMS setiap pagi sebesar 2200.
- c. Untuk melakukan pemberhentian berlangganan pelanggan harus memberikan perintah berhenti dengan cara mengirim SMS ke nomor tujuan 9600 yang isinya perintah: UNREG MOP. Selama belum ada perintah demikian, sistem menganggap nomor pelanggan tetap aktif berlangganan dan mendapatkan pengiriman konten secara rutin.
- d. Apabila terjadi hal-hal yang tidak sesuai dengan informasi pada penawaran yang diberikan, pelanggan dapat menghubungi layanan pelanggan melalui website, *Facebook* atau langsung telpon ke nomor 0274-585268 untuk penanganan lebih lanjut.

GAMBAR 3

Contoh Bentuk Isi Konten SMS Mop



Gambar diatas merupakan contoh konten yang dikirim kepada pelanggan. Materi konten dikemas menggunakan karakter penuturan khas Papua secara umum. “Tete meninggal baru anak cari peti mati tapi mahal sekali diatas 1jt 😞. @Anak: Ada yang dibawah 1jt kahr? 🤔 @Penjual: Ada, 400rb, tapi kaki dan kepala di luar...”

Mungkin bagi yang awam dengan logat Papua akan kebingungan, jika diterjemahkan menjadi bahasa Indonesia akan menjadi: Kakek meninggal lalu sang anak mencarikan sebuah peti mati untuk sang kakek tetapi rata-rata harganya mahal diatas satu juta rupiah. Sang anak bertanya kepada penjual peti mati,”Adakah yang harganya dibawah satu juta?” Penjual peti mati menjawab,”Ada yang harganya empat ratus ribu rupiah, tetapi kaki dan kepala jenazah diluar peti.”

Penelitian ini hendak menguji tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap citra SMS Mop dari Ceritamop.com. SMS mop merupakan produk layanan SMS premium Humor khas Papua dari Ceritamop.com.

Seiring jalannya layanan SMS mop ini, Ceritamop.com hendak mengetahui secara pasti bagaimana tanggapan dari para pelanggannya sehubungan dengan kualitas pelayanan dan pengaruhnya dengan citra SMS Mop, sehingga obyek penelitian ini adalah semua pelanggan yang terdaftar dan masih aktif hingga pada database sms manager hingga 1 Februari 2011 terhitung semenjak 1 April 2010 sejumlah 241 nomor. Sehubung terbatasnya waktu dan biaya maka dari total populasi kami ambil sampel 71 nomor pelanggan sebagai perwakilan yang representatif bagi total populasi.

Berdasarkan data pada aplikasi sms manager terpantau bahwa trafik pengiriman konten rata-rata per hari adalah 220.

Wilayah penelitian mencakup seluruh Indonesia dan pengumpulan data dilakukan dengan bantuan medium telepon.