

## Lampiran 1. Pedoman Wawancara

1. Sejak kapan Pulau Umang resort hotel berdiri ?
2. Apa konsep Pulau Umang resort hotel ?
3. Siapa target market Pulau Umang resort hotel ?
4. Berapa rata – rata jumlah pengunjung dalam satu tahun ?
5. Apakah jumlah rata – rata pengunjung saat ini sudah memenuhi target ?
6. Di bulan apa saja Pulau Umang resort hotel selalu dalam keadaan “*fully booked*”?
7. Di bulan apa saja dalam satu tahun Pulau Umang resort hotel mengalami penurunan jumlah pengunjung ?
8. Apa strategi Pulau Umang resort hotel agar masyarakat mengetahui bahwa terdapat resort hotel baru di daerah Banten ?
9. Bagaimana cara mengukur efektifitas kegiatan promosi ataupun kegiatan *marketing communication* yang sudah dilaksanakan ?
10. Apakah kegiatan *marketing communications* yang dilakukan tersebut mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat ?
11. Bagaimana dengan tingkat hunian hotel, apakah ada kemajuan setelah *Public Relations* melakukan kegiatan *marketing communications*?
12. Apakah *Public Relations* Pulau Umang resort hotel melakukan kegiatan *media relations*?
13. Seberapa banyak media yang mengikuti kegiatan *media relations* yang diadakan oleh Pulau Umang?
14. Sejauh mana respons publik terhadap kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Pulau Umang sampai dengan saat ini ?
15. Bagaimana menurut media tentang citra Pulau Umang ?
16. Sejauh mana Pulau Umang dikenal oleh media?
17. Apakah Pulau Umang sudah melakukan *media relations* dengan baik selama ini?
18. Bagaimana kesan media terhadap kegiatan *Media Gathering* yang dilakukan oleh Pulau Umang?
19. Apa yang pernah dilakukan media untuk meningkatkan citra Pulau Umang selama ini?
20. Mengapa Menggunakan konsep IMC?
21. Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran dilakukan di Pulau Umang?
22. Apa saja yang terdapat pada Kalender Program Pulau Umang?
23. Apa saja yang dilakukan oleh Pulau Umang dalam melakukan publikasi?
24. Apa saja yang dilakukan oleh Pulau Umang dalam melakukan publikasi?
25. Apa kriteria khusus Pulau Umang dalam pemilihan media?
26. Kegiatan event marketing seperti apa yang dilakukan oleh Pulau Umang?
27. Bagaimana cara meyakinkan klien dalam melakukan hubungan kerja sama?
28. Kapan Kalender event dipublikasikan kepada publik?
29. Ceritakan bagaimana mengenai kegiatan Sales Promotion Pulau Umang?

30. Apa saja yang dilakukan Pulau Umang dalam melakukan kegiatan direct marketing?
31. Apa keunggulan Pulau Umang dibandingkan dengan hotel lainnya?
32. Apakah Pulau Umang juga melakukan kegiatan government relations?
33. Apa saja kegiatan media relations Pulau Umang?
34. Apa kendala dalam menghadapi media?
35. Apa tujuan dari kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pulau Umang?
36. Apa segmen market Pulau Umang?
37. Siapa target market Pulau Umang?
38. Apa positioning yang ditetapkan oleh Pulau Umang?
39. Bagaimana cara Pulau Umang melakukan bauran pemasaran?
40. Menurut anda apa kelemahan dari Pulau Umang?
41. Apa yang dilakukan Pulau Umang dalam mengukur kepuasan pelanggan?
42. Apa saja kegiatan Public Relations Pulau Umang?
43. Apa kegiatan social yang dilakukan oleh Pulau Umang terkait dengan kegiatan Public Relations?
44. Apa saja yang dilakukan dalam hal Direct Marketing?
45. Apa saja paket liburan yang ditawarkan oleh Pulau Umang?

**Lampiran 2.**  
**Hasil Transkrip Wawancara**

**WAWANCARA DENGAN STAFF PR PULAU UMANG**  
**(dilaksanakan dikantor marketing Pulau Umang pada tanggal 26 Desember 2012)**

**Dian** : Sejak kapan Pulau Umang resort hotel berdiri ?

**Staff PR Pulau Umang**: Sebenarnya Pulau Umang mulai beroperasi disaat waktu yang sangat

tidak tepat, pada waktu itu bulan Desember tahun 2004, Pulau Umang baru saja mengadakan *pre-launching* lalu Pulau Umang baru memulai kegiatan operasionalnya dengan banyak mengundang tamu baik dari dalam maupun luar negeri, mulai dari *family*, komuniti, pengantin baru sampai dengan perusahaan – perusahaan besar untuk melakukan kegiatan outing. Namun, pada tanggal 26 Desember 2006 Pulau Umang dikejutkan dengan terjadinya tsunami di Aceh yang memakan banyak korban sehingga orang – orang pada saat itu sangat takut untuk pergi mendekati pantai apalagi untuk berlibur. Kami sangat berusaha keras untuk bisa menarik pengunjung ke Pulau Umang mulai dari memberikan diskon super spesial sampai dengan voucher gratis untuk berlibur, tidak banyak orang yang mau mengambil kesempatan istimewa tersebut, orang – orang merasa ngeri dan mStaff PR Pulau Umang trauma pasca bencana alam terbesar sepanjang tahun di Indonesia itu. Namun kami tetap berusaha terus untuk melakukan kegiatan promosi, sepertinya hanya orang – orang yang pasrah dan berserah diri dan percaya kepada Tuhan saja yang mau mengambil kesempatan berlibur gratis ke Pulau Umang.

**Dian** : Apa konsep Pulau Umang resort hotel ?

**Staff PR Pulau Umang** : Konsep Pulau Umang adalah "*back to nature*", diharapkan orang yang berkunjung ke Pulau Umang akan merasakan berada di suatu tempat yang tersembunyi dan jauh dari kebisingan dan hingar bingar perkotaan serta dapat *me-refresh mind, body and soul* kita setelah lelah dengan kegiatan rutinitas kita sehari – hari, belum lagi dengan segala macam beban pekerjaan dikantor sehari – hari yang membuat kita selalu dalam keadaan terjaga, nah...di sinilah di Pulau Umang waktunya untuk melepas segala kepenatan itu dengan menikmati keindahan alam dan menghirup aroma segarnya udara laut dan juga hawa pegunungan, diharapkan setelah mereka berlibur di Pulau Umang, mereka akan mendapatkan kekuatan jiga dan raganya kembali seperti manusia yang baru dilahirkan ke bumi...jadi siap kembali menjalankan rutinitas dengan jiwa dan raga yang baru. Pulau Umang mengusung konsep kembali ke alam, menikmati alam dan lebih dekat dengan alam.

**Dian** : Siapa target market Pulau Umang resort hotel ?

**Staff PR Pulau Umang**: Target market Pulau Umang adalah mereka yang mempunyai budget berlibur setiap tahunnya, kita memang tidak mematokan level

ekonomi seseorang, karena seringkali pada perayaan tahun baru di Pulau Umang kita mendapati beberapa tamu yang bukan orang "High" tetapi dia bisa berlibur ke Pulau Umang yang kita tahu bahwa biayanya tidak murah, ternyata setelah kita ketahui ...mereka sekeluarga memang sengaja menabung dalam satu tahun untuk berlibur ke Pulau Umang, dan mereka berasal dari luar kota, keluarga itu mendapatkan informasi dari beberapa rekannya bahwa sungguh luar biasa berlibur ke Pulau Umang. Namun diluar daripada itu, segmen market Pulau Umang adalah level *B+ to Up*. Dengan target utama adalah keluarga, lalu para calon pengantin karena mereka dapat melakukan tiga kegiatan sekaligus yaitu mulai dari melakukan prewedding foto, pesta pernikahan sampai dengan bulan madu di Pulau Umang, selain itu perusahaan, organisasi dan komuniti juga merupakan target market karena mereka dapat melakukan kegiatan outing, meeting, gathering ataupun launching di Pulau Umang.

**Dian** : Berapa rata – rata jumlah pengunjung dalam satu tahun ?

**Staff PR Pulau Umang**: Jumlah pengunjung rata – rata dalam satu tahun adalah sekitar 12.000 orang.

**Dian** : Apakah jumlah rata – rata pengunjung saat ini sudah memenuhi target ?

**Staff PR Pulau Umang**: *Hospitality industry* khususnya resort ataupun hotel, normalnya untuk dapat mencapai target adalah sekitar setelah 5 (lima) tahun beroperasi, untuk Pulau Umang yang sudah mencapai tahun ke-6, jumlah tersebut kami rasakan belum maksimal.

**Dian** : Di bulan apa saja Pulau Umang resort hotel selalu dalam keadaan "fully booked"?

**Staff PR Pulau Umang** : Pada saat musim liburan seperti liburan lebaran, liburan sekolah di bulan Juni dan Juli, dan liburan tahun baru di bulan Desember. Pada bulan – bulan tersebut kita menyebutnya dengan *High season* dimana kondisi resort sudah dalam keadaan "fully booked" dari jauh – jauh hari.

**Dian** : Di bulan apa saja dalam satu tahun Pulau Umang resort hotel mengalami penurunan jumlah pengunjung ?

**Staff PR Pulau Umang**: Biasanya setelah Desember, mulai dari Januari sampai dengan Maret agak sepi dari pengunjung keluarga, namun cukup diramaikan oleh para pasangan pengantin baru yang ingin menikmati bulan madu dan juga perusahaan – perusahaan yang mengadakan kegiatan *outing* dan *meeting*, mereka memanfaatkan harga promosi yang diberikan oleh Pulau Umang di bulan – bulan tersebut.

**Dian** : Apa yang dilakukan Pulau Umang dalam mengukur kepuasan pelanggan?

**Staff PR Pulau Umang**: Kami melakukan analisa terhadap guest comment yang dikumpulkan setiap seminggu sekali, lalu kami membuat grafik comment dari

hasil analisa tersebut, pada grafik itu terlihat jelas seberapa banyak keluhan yang diutarakan oleh customer terhadap departemen terkait dan selain keluhan juga terdapat pujian serta masukan untuk Pulau Umang. Dan saya merekap semua data itu lalu menginformasikan kepada seluruh kepala departemen termasuk direksi untuk di evaluasi terhadap hasil guest comment tersebut. Ini dilakukan untuk membuat Pulau Umang dapat mengevaluasi lagi terhadap kekurangan - kekurangan yang ada selama ini dan diharapkan dapat diperbaiki untuk mendapatkan hasil yang lebih baik lagi

**Dian** : Apa saja kegiatan Public Relations Pulau Umang?

**Staff PR Pulau Umang**: Media gathering merupakan salah satu aktifitas Public Relation Pulau Umang, biasanya dilakukan setahun minimal ada satu kali media gathering. Media yang kita undang itu biasanya mulai dari media yang sudah kerja sama dengan kita lalu ada juga media televisi yang memang belum pernah kerja sama dengan Pulau Umang. Jadi di acara media gathering itu biasanya kita sekalian acara launching program baru atau paket liburan baru sambil perkenalan ke teman - teman media dan media juga bisa langsung menikmati semua pelayanan yang ada di Pulau Umang termasuk program baru yang ditawarkan oleh Pulau Umang. Yang diharapkan sebenarnya adalah liputan dari media tersebut setelah dilakukannya acara media gathering ini, tapi memang terkadang tidak semua media melakukan publikasi atau menerbitkan apa yang dia alami selama di Pulau Umang tapi paling tidak dengan adanya media lain yang menayangkan atau memuat berita mengenai kegiatan media gathering ini, otomatis kita mendapatkan publikasi kan dari media sehingga masyarakat jadi tau bahwa di Pulau Umang ada paket atau program baru.

**Dian** : Apa kegiatan social yang dilakukan oleh Pulau Umang terkait dengan kegiatan Public Relations?

**Staff PR Pulau Umang**: Sebagai wujud nyata kepedulian Pulau Umang terhadap lingkungan baik itu lingkungan sosial maupun lingkungan alam sekitar, Pulau Umang bekerja sama dengan NGO (*Non Government Organization*) bernama UCS (*Ujungkulon Conservation Society*) yang bertujuan untuk memberdayakan masyarakat sekitar dengan program - program yang dijalankan dengan nama program 'Pariwisata Inti Rakyat'. Peresmian UCS dan program "Ayo Tanam Sejuta Pohon" dilakukan pada tanggal 27 July 2005 oleh Menteri Kehutanan pada saat itu yaitu Bapak M.S. Kaban. Program ini menyangkut kepada bidang pertanian, perikanan, pendidikan dan konservasi. Salah satu programnya adalah program "Ayo Tanam Sejuta Pohon" dan juga program "Transplantasi Terumbu Karang", program ini merupakan salah satu program inti rakyat yang sampai dengan saat ini berjalan dengan baik. Para pengunjung Pulau Umang selalu mendapatkan tawaran untuk melakukan penanaman pohon atau melakukan transplantasi terumbu karang di Pulau Umang. Sampai dengan saat ini banyak publik figure dan perusahaan - perusahaan yang melakukan kegiatan peduli lingkungan dan sosial di Pulau Umang, dan banyak perusahaan besar yang memanfaatkan moment tersebut sebagai wujud nyata dari kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang dilakukan oleh perusahaan tersebut.

**Dian** : Apa saja yang dilakukan dalam hal Direct Marketing?

**Staff PR Pulau Umang** : Untuk melakukan kegiatan direct marketing ini dengan maksimal, Pulau Umang mengolah database dengan baik pula, yaitu mengkategorikan database yang tersedia secara komputerisasi dengan keterangan yang lengkap serta memudahkan dalam pencarian informasi berkaitan dengan customer tersebut. Data dipisahkan antara customer personal dengan customer corporate, lalu ada pula data khusus untuk kategori agama dimana berfungsi untuk menyampaikan selamat hari raya untuk setiap agama. Lalu ada pula data berdasarkan bulan ulang tahun customer sehingga memudahkan untuk pengiriman ucapan selamat ulang tahun di setiap bulannya begitu juga dengan ucapan selamat hari pernikahan bagi customer dan semua itu dilakukan dengan menggunakan email blast dan untuk yang tidak mempunyai alamat email maka digunakan sms blast, dan menurut PR staff Pulau Umang kegiatan direct marketing ini selalu dilakukan laporan setiap bulannya kepada direksi untuk dilakukan evaluasi dan melihat penambahan jumlah customer di setiap bulannya.

**Dian** : Apa saja paket liburan yang ditawarkan oleh Pulau Umang?

**Staff PR Pulau Umang**: Pemaparan mengenai harga paket liburan di Pulau Umang sebagai berikut :

A) Paket Amazing Holiday, target adalah customer personal.

Rp. 4.800.000,-nett (weekdays)

Rp. 6.000.000,-nett (weekend)

Rp. 6.600.000,-nett (Long weekend, High season weekend)

Paket tersebut termasuk :

- 1 kamar untuk empat orang selama tiga hari dua malam.
- fullboard meals (2x breakfast, 2x lunch, 2x dinner)
- Transfer boat dari Pulau Jawa menuju Pulau Umang/Pulang pergi.

B) Paket Prewedding, target adalah calon pengantin.

Rp. 4.500.000,-nett (weekdays)

Rp. 5.500.000,-nett (weekend)

Rp.7.000.000,-nett (Long weekend, High season weekend)

Paket tersebut termasuk :

- 2 kamar untuk enam orang selama tiga hari dua malam.
- fullboard meals (2x breakfast, 2x lunch, 2x dinner)
- Transfer boat dari Pulau Jawa menuju Pulau Umang/Pulang pergi.
- Free foto location
- Free candle light dinner for 2 persons

C) Paket Honeymoon

Rp. 4.000.000,-nett (weekdays)

Rp. 5.000.000,-nett (weekend)

Rp.6.000.000,-nett (Long weekend, High season weekend)

Paket tersebut termasuk :

- 1 kamar untuk dua orang selama tiga hari dua malam.
- fullboard meals (2x breakfast, 2x lunch, 2x dinner)

- Transfer boat dari Pulau Jawa menuju Pulau Umang/Pulang pergi.
- Free 1x candle light dinner
- Free 1x candle light gala dinner
- Traditional massage for couple
- Complimentary :
- 2 glasses of wine at candle light gala dinner
- Aromatherapy in the room (2 malam)
- Welcome flower in the room
- Welcome drink
- Sunset trip
- Souvenir

**D) Paket Outbound**

- Fun Games Rp. 150.000,-nett/pax (4 games di Pulau Umang by operator only)
- Fun Outbound/Treasure Hunt Rp. 350.000,-nett (6 games di Bukit Legoon by operator)
- Outbound Training Rp.550.000,-nett (8 games di Pulau Umang, termasuk sertifikat dan modul)
- Challenge Outbound Rp.750.000,-nett (8 games di Bukit Legoon, Team building dan Leadership program, termasuk sertifikat dan modul)

**WAWANCARA DENGAN Customer Personal Pulau Umang  
(dilaksanakan dikantor customer pada tanggal 2 Januari 2013)**

*Dian* : Apa kesan anda sebagai customer personal saat berlibur ke Pulau Umang?

*Customer*: Saya sebenarnya suka pergi ke Pulau Umang karena pemandangannya bagus, tapi sayangnya jauh sekali dari rumah (Jakarta), apalagi saya bawa anak – anak yang mStaff PR Pulau Umang kecil dan bawa orang tua saya yang sudah berumur 70tahun, sangat repot ketika mereka mau buang air kecil tiba – tiba di jalan dan anak – anak sangat bosan dengan perjalanan yang sangat lama ini.

**WAWANCARA DENGAN Customer Corporate PULAU UMANG  
(dilaksanakan dikantor Customer pada tanggal 2 Januari 2012)**

*Dian* : Apa opini Anda sebagai customer corporate tentang Pulau Umang?

*Customer*: Sayang sekali ya jalan menuju Pulau Umang itu jelek sekali sehingga makin memperlama kita untuk sampai di Pulau Umang, apa lagi kita naik bis kesana jadi tidak bisa jalan cepat karena banyak lobang dan juga jalan yang banyak tikungan, padahal ini daerah wisata seharusnya Pulau Umang melakukan koordinasi dengan pemda setempat untuk dapat memperbaiki infrastruktur menuju kawasan wisata Pulau Umang ini.

## WAWANCARA DENGAN PR MANAGER PULAU UMANG

(dilaksanakan di kantor marketing Pulau Umang pada tanggal 27 Desember 2012)

**Dian** : Apa strategi Pulau Umang resort hotel agar masyarakat mengetahui bahwa terdapat resort hotel baru di daerah Banten ?

**PR Manager Pulau Umang** : Kami melakukan kegiatan *event & promotion* serta *marketing*

*communication* dengan giatnya. Awalnya memang tidak mudah untuk bisa melakukan kerja sama dengan pihak manapun untuk kegiatan promosi ini, karena mereka belum mengenal bahkan mengetahui adanya resort baru di daerah Ujung kulon. Namun kita tetap berusaha untuk meyakinkan mereka dengan mempersiapkan media – media promosi yang lengkap untuk meyakinkan mereka seperti kita membuat video profile, brosur, foto – foto, banner, poster, dan lain – lain untuk mendukung kegiatan promosi Pulau Umang. Media promosi tersebut kita buat dengan design konsep elegan dan minimalis untuk mewakili citra Pulau Umang di masyarakat, misalnya seperti warna – warna yang kita pilih adalah warna yang lembut atau tidak mencolok, lalu tata bahasa yang modern dan elegan, semua itu kita kemas untuk mewakili citra Pulau Umang yang berada dikelas menengah ke atas. Strategi yang kita lakukan ada dua macam, yang pertama melalui kegiatan *Media relations* dan yang kedua melalui *supporting events*. Untuk *media relations* kita melakukan kerja sama dengan media cetak maupun elektronik dalam bentuk *full barter* iklan untuk media cetak dan dalam bentuk liputan untuk media elektronik, lalu kita juga mengadakan acara media *gathering* dengan mengundang media – media untuk berkunjung ke Pulau Umang dan mereka dapat menikmati seluruh fasilitas yang ada di Pulau Umang, namun tidak dengan semua media kita bekerja sama, kita tetap memilih media – media pilihan yang dapat bekerja sama dengan Pulau Umang. Misalnya untuk koran nasional kita bekerja sama dengan Kompas, Bisnis Indonesia, Rakyat Merdeka, Suara Pembaruan, Sinar Harapan, Republika, Media Indonesia, Seputar Indonesia, Tempo dan Jakarta Post. Lalu untuk majalah kita memilih majalah yang pembacanya sesuai dengan target market Pulau Umang, misalnya majalah lifestyle seperti Cosmopolitan, Femina, Bazaar, Dewi, Female, dan lain - lain. Sedangkan untuk majalah wisata seperti DestinAsian, Travel Club, Jakarta Kini, dan lain - lain. Untuk media televisi, kita juga melakukan penilaian terhadap program yang akan melakukan peliputan di Pulau Umang, program news misalnya jelang siang, Seputar Indonesia, jalan – jalan, dll. Kita juga melakukan kerja sama liputan dengan infotainment seperti Cek dan Ricek, Kiss, Insert, Halo Celebrities, dan lain-lain. Kita selalu memanfaatkan kesempatan, dimana kita dapat mempromosikan Pulau Umang secara tidak langsung dengan memanfaatkan hubungan dengan media. Sedangkan dalam *supporting event*, kita memberikan dukungan atau menjadi sponsor dalam acara – acara yang partisipannya sesuai dengan target khalayak Pulau Umang yaitu khalayak yang berada pada kelas menengah keatas, seperti menjadi sponsor pada acara Golf turnamen ataupun acara *gathering* di kedutaan negara – negara, dan lain – lain. Selain mendukung acara tersebut dengan bentuk *sponsorship*, kita juga memanfaatkan kesempatan



tersebut untuk mempromosikan Pulau Umang dengan membuka counter pada acara tersebut sehingga kita dapat bertemu langsung dengan calon customer. Kegiatan *marketing communication* banyak kita lakukan, seperti program Umang Tour De Café, Umang Tour De Mall, dan kegiatan Co Branding bersama perusahaan – perusahaan besar untuk menciptakan *branding awareness* dan tentunya untuk meningkatkan sales pada akhirnya.

**Dian** : Bagaimana cara mengukur efektifitas kegiatan promosi ataupun kegiatan *marketing communication* yang sudah dilaksanakan ?

**PR Manager Pulau Umang** : Untuk mengukur efektifitas apapun bentuk kegiatan promosi yang kita laksanakan, kita akan selalu berkoordinasi dengan departemen marketing, misalnya untuk mengukur sejauh mana efektifitas promosi yang kita lakukan melalui iklan di media yaitu dengan cara koordinasi dengan marketing tadi, mereka berkewajiban untuk melakukan pendataan terhadap customernya dalam hal sumber informasi dari mana mereka mendapatkan informasi tentang Pulau Umang, jadi setiap marketing memegang satu bentuk form yang harus mereka isi saat mereka berhubungan dengan customer dan setiap bulannya kita akan melakukan *review* dari rekap data yang telah terkumpul lalu dari situ kita dapat menilai seberapa banyak masyarakat mengetahui Pulau Umang dari media tertentu. Namun tidak sepenuhnya itu merupakan *barometer* efektifitas dari setiap media karena bisa jadi promosi iklan yang kita pasang di suatu media menjadi promosi *word of mouth*. Sejalan media tersebut mempunyai nilai oplah yang tinggi dan tingkat penjualan yang tinggi di lingkungan masyarakat maka kita akan mempercayai media tersebut dapat menjadi media komunikasi Pulau Umang terhadap masyarakat luas. Sedangkan untuk mengukur efektifitas kegiatan *marketing communications* yang kita laksanakan justru akan lebih mudah dibandingkan mengukur kerja sama promosi dengan media, karena kegiatan *marketing communications* kita selain untuk lebih memperkenalkan Pulau Umang kepada masyarakat, disitu terdapat target sales juga, jadi kita langsung dapat menilai dari seberapa banyak penjualan room pada kegiatan *marketing communications* yang kita lakukan di suatu tempat atau dengan siapa kita bekerja sama.

**Dian** : Apakah kegiatan *marketing communications* yang dilakukan tersebut mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat ?

**PR Manager Pulau Umang** : Tanggapan positif memang kita dapatkan dengan melihat lebih banyak lagi masyarakat yang mengetahui keberadaan Pulau Umang.

**Dian** : Bagaimana dengan tingkat hunian hotel, apakah ada kemajuan setelah *Public Relations* melakukan kegiatan *marketing communications*?

**PR Manager Pulau Umang** : Terdapat kenaikan dengan gambaran grafik yang melaju naik setiap tahunnya, ini dapat dilihat dari persentase pemakaian room di setiap tahunnya yang selalu kita kontrol.

**Dian** : Apakah *Public Relations* Pulau Umang resort hotel melakukan kegiatan *media relations*?

**PR Manager Pulau Umang** : Ya, kita melakukan beberapa kegiatan *media relations* seperti membuat *press release*, mengadakan *Press Conference* setiap kita melakukan acara – acara besar yang melibatkan banyak pihak luar serta mempunyai tujuan lebih untuk memberi wawasan serta pengetahuan kepada publik, mengadakan *media gathering* setiap setahun minimal dua kali atau apabila Pulau Umang mengeluarkan aktifitas baru –pun kita selalu mengundang media untuk merasakan aktifitas baru di Pulau Umang.

**Dian** : Seberapa banyak media yang mengikuti kegiatan *media relations* yang diadakan oleh Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Jumlahnya relatif cukup banyak, misalnya saja setiap kita mengadakan *press conference*, ada sekitar lebih dari 50 media baik cetak maupun elektronik yang menghadiri undangan *press conference* tersebut. Sedangkan untuk acara *media gathering* biasanya sekitar 20 sampai dengan 40 media yang mengikuti acara tersebut, walaupun memang dari seluruh kegiatan *media relations* yang diadakan tersebut, tidak semua media menayangkan atau menerbitkan hasil liputannya.

**Dian** : Sejauh mana respons publik terhadap kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Pulau Umang sampai dengan saat ini ?

**PR Manager Pulau Umang** : Kegiatan *media relations* yang dilakukan oleh Pulau Umang selama ini tidak hanya sekedar beriklan *display* atau liputan saja dengan media, namun kita juga membuat kalender event untuk mengadakan *media gathering* setiap tahunnya, dan apabila Pulau Umang menciptakan paket liburan baru ataupun ada kegiatan wisata baru, kita pasti selalu mengundang rekan – rekan media untuk dapat menjadi yang pertama dalam menikmati fasilitas tersebut, diharapkan dengan kita membina hubungan yang baik secara berkesinambungan, akan mendapatkan perhatian yang lebih dari media. Dengan mendapatkan perhatian khusus dari media, maka media akan mempublikasikan citra positif secara tidak langsung kepada publik melalui tulisan – tulisan serta liputan yang disampaikan kepada publik, dengan begitu maka publik akan lebih mengenal Pulau Umang secara positif. Biasanya setiap seminggu sekali kita selalu mengadakan meeting antar departemen, dan saya sering sekali mendengar respons positif dari publik mengenai Pulau Umang yang mereka ketahui sumbernya dari media tertentu, jadi menurut saya respons publik sejauh ini cukup baik dan positif terhadap Pulau Umang.

**Dian** : Mengapa Menggunakan konsep IMC?

**PR Manager Pulau Umang** : Dalam konsep IMC sudah mencakup secara keseluruhan bidang komunikasi pemasaran yang dapat dikolaborasikan atau diintegrasikan antara program yang satu dengan program yang lainnya sehingga memberikan dampak branding awareness yang sangat kuat dan juga dapat melakukan publikasi serta promosi yang maksimal memanfaatkan dari setiap customer corporate dalam kerja sama yang dilakukan oleh berbagai pihak dalam

program *Integrated Marketing Communication* Pulau Umang, kegiatan IMC yang dilakukan tersebut antara lain adalah Advertising, Public Relations, Event Marketing, Sales Promotions dan Direct Marketing.

**Dian** : Bagaimana perencanaan strategi komunikasi pemasaran dilakukan di Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Departemen Marketing Komunikasi membuat perencanaan program untuk tahun berikutnya dan program tersebut dibuat berdasarkan evaluasi dari program – program yang telah dilakukan tahun sebelumnya. Evaluasi tersebut dilakukan dengan cara me-review laporan – laporan bulanan yang pada akhirnya pada akhir tahun dibuat rangkuman dan kesimpulan dari hasil laporan – laporan tersebut yang biasanya dibuat dalam bentuk tabel per program sehingga dapat memudahkan tim dalam melakukan review dan evaluasi program – program tersebut. Perencanaan program awalnya dibuat terlebih dulu konsep dasarnya oleh PR Manager berdasarkan objective lalu kemudian diperjelas lagi dengan menuangkan program – program tersebut kedalam *Descriptions Of Program* dimana didalamnya dijelaskan secara rinci mulai dari latar belakang, tujuan, sampai dengan detail program yang akan dilaksanakan sampai dengan budgeting dari program tersebut. Menurut Ibu PR Manager Pulau Umang PR Manager Pulau Umang, dalam membuat *Descriptions of program* seorang PR Manager harus dapat berkreasi membuat program – program IMC yang menarik dan unik sehingga dapat mencapai tujuan dari apa yang telah ditetapkan oleh perusahaan namun juga harus realistis dan dapat menghitung secara tepat akan aplikasi di lapangan akan program yang direncanakan tersebut karena jangan sampai kita sudah membuat sebagus mungkin namun aplikasinya dilapangan sama sekali tidak terealisasi.

**Dian** : Apa saja yang terdapat pada Kalender Program Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Kalender program Pulau Umang dilengkapi oleh Customer Relations Program, Design program dan Cyber PR program. Untuk Customer relations program dijabarkan mengenai apa saja yang dilakukan seperti pengiriman thanks letter, appology letter, Greetings card, positif guest comment, Customer database, Anniversary, Birthday, Eagles membership program dan juga update mengenai database program CSR Pulau Umang yaitu program "Ayo Tanam Sejuta Pohon". Sedangkan untuk Design Programme dibuatkan jadwal untuk materi iklan media cetak dan juga greetings card berdasarkan hari – hari libur besar. Dan untuk Cyber PR Program itu terdiri dari website Pulau Umang, dan juga media sosial seperti facebook, twitter, blog dan juga memantau web trip advisor mengenai testimony mengenai Pulau Umang.

**Dian** : Apa saja yang dilakukan oleh Pulau Umang dalam melakukan publikasi?

**PR Manager Pulau Umang** : Untuk kegiatan publikasi Pulau Umang, kami banyak menggunakan ATL atau *Above The Line*, setiap bulannya kami melakukan kegiatan kerja sama dengan media ada sekitar 40 sampai dengan 50 media baik cetak maupun elektronik, paling banyak adalah majalah lalu koran, radio dan juga tabloid dan yang terakhir TV. Bentuk iklan yang kita gunakan apabila di media

cetak seperti koran dan majalah...kita menggunakan iklan display dan juga advertorial dan liputan, sedangkan untuk media radio bentuk iklannya berupa *Ad libs*, *Spot*, *Live Phone Interview* dan juga talkshow. Lalu untuk televisi biasanya kita lakukan dalam bentuk talkshow karena kita belum pernah sama sekali melakukan iklan spot di TV karena sangat mahal. Dan semua kegiatan iklan kita di seluruh media tersebut kita lakukan dengan sistem kerja sama *full barter* yang artinya kita sama sekali tidak mengeluarkan uang *cash* sama sekali. Jadi kita barter dengan voucher Pulau Umang yaitu voucher room Pulau Umang senilai Rp.2.887.500,- per satu buah voucher. Memang tidak semua media mau melakukan sistem kerja sama *full barter* ini karena ini mereka ambil berdasarkan kebutuhan setiap media saja, jadi kita pun tidak pernah memaksakan apabila media tersebut merasa saat itu belum dapat bekerja sama karena memang saat itu media tersebut belum ada kebutuhan untuk penggunaan voucher Pulau Umang.

**Dian** : Apa kriteria khusus Pulau Umang dalam pemilihan media?

**PR Manager Pulau Umang** : Dalam pemilihan media tentu saja Pulau Umang mempunyai kriteria khusus, tetapi ini dilakukan setelah Pulau Umang beroperasi selama sekitar tiga tahun barulah Pulau Umang memilih-milih media mana saja yang akan digunakan sebagai media publikasi bagi Pulau Umang karena pada awal Pulau Umang berdiri, kita sama sekali tidak melihat media itu media apa dan media itu bagus atau tidak dan siapa pembacanya atau pendengarnya...kita benar-benar "serabutan" lah istilahnya dalam melakukan kerja sama dengan media apapun, pokoknya selama media tersebut mau melakukan kerja sama *full barter* kita pasti langsung melakukan kerja sama, bahkan dulu banyak iklan – iklan Pulau Umang di koran – koran dalam bentuk "*black and white*" karena saking inginnya kita masuk ke setiap media jadi apa saja diambil, yang penting saat itu pemikiran kita adalah bagaimana caranya Pulau Umang cepat dikenal namanya di publik, jadi kalau dulu sekitar tahun 2004 sampai dengan tahun 2006 pasti mStaff PR Pulau Umang sering menemukan iklan – iklan Pulau Umang di *free magazine* atau media kawasan ataupun media – media yang keberadaannya juga tidak lama karena yah itu tadi...kita ingin segera dikenal di masyarakat. Tapi sekarang kita sangat selektif dalam memilih media baik itu media cetak seperti koran dan majalah serta media elektronik seperti radio, namun sampai dengan saat ini untuk media televisi kita mStaff PR Pulau Umang *nerimo* saja televisi apa yang bisa meliput kita ataupun yang dapat melakukan kegiatan talkshow, karena bagi kita cukuplah selama tiga tahun pertama kita bergerilya di media – media manapun.

**Dian** : Kegiatan event marketing seperti apa yang dilakukan oleh Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Kegiatan Umang Goes To Mall dimulai pada tahun 2009 dan sampai dengan saat ini mStaff PR Pulau Umang terus berjalan. Jadi kita melakukan kerja sama promosi dengan mall – mall yang berada di Jakarta dan Tangerang, dengan pengunjung mall yang sesuai juga dengan target market Pulau Umang. Kerja sama ini juga dilakukan dengan konsep *full barter*, dimana pihak mall memberikan space booth untuk jangka waktu selama satu bulan dan Pulau Umang akan membayarnya dengan voucher room Pulau Umang,

dimana voucher tersebut dapat dimanfaatkan oleh pihak mall untuk sebagai hadiah pada saat diadakan event – event atau juga untuk digunakan oleh manajemen mall itu sendiri dalam program outing atau outbound perusahaan. Sampai dengan saat ini mall yang sudah bekerja sama dengan Pulau Umang diantaranya adalah Teras Kota, Sumarecon Mall Serpong, Plasa Semanggi, Grand Indonesia, Gajah Mada Plaza, Pejaten Village, Cibubur Junction, Bintaro Plaza, FX lifestyle, Mal Artha Gading, Mall Of Indonesia, Pluit Junction dan Emporium Pluit. Awalnya memang tidak mudah untuk melakukan program ini untuk dapat berjalan dengan baik karena sebelumnya pihak mall belum pernah melakukan kerja sama joint promosi seperti ini sebelumnya dimana kegiatan seperti pameran pasti selalu melakukan pembayaran dengan cash atau tanpa kerja sama barter, untuk meyakinkan itu semua kami melakukan positioning dimana pada saat bertemu dengan pihak mall kami berusaha meyakinkan mereka bahwa alat barter kami yaitu berupa voucher room Pulau Umang senilai Rp.2.887.500,- nett sangatlah berharga dan mempunyai nilai yang tinggi tidak sekedar hanya dilihat dari nilai rupiahnya saja, namun kami juga meyakinkan mereka bahwa Pulau Umang merupakan tempat berlibur yang paling dicari saat ini dimana kami memaparkan kelebihan – kelebihan dari Pulau Umang serta testimoni yang diberikan oleh para tamu kami sehingga mereka pun dapat mempertimbangkan dari positioning kami tersebut, dan selain itu juga kami menginformasikan manfaat yang dapat mereka lakukan atau memanfaatkan dari voucher room tersebut, seperti misalnya voucher tersebut dapat digunakan sebagai hadiah pada saat games di event – event special mall atau dapat pula sebagai hadiah untuk program doorprize atau juga program luckydraw yang dilakukan bersama dengan Pulau Umang, apabila hadiah tersebut diberikan pada saat yang tepat momentnya pasti sangat bermanfaat dan menjadi favorit bagi pengunjung mall misalnya pada saat liburan sekolah atau libur hari – hari besar.

**Dian** : Bagaiman cara meyakinkan klien dalam melakukan hubungan kerja sama?

**PR Manager Pulau Umang** : Ketika satu mall sudah melakukan kerja sama dengan kami, maka untuk mendapatkan mall – mall selanjutnya akan lebih terasa sangat mudah, karena kami sudah dapat melengkapi proposal kerja sama kami dengan dokumentasi yang menarik pada saat pelaksanaan event di mal – mal yang sebelumnya sehingga mereka dapat langsung melihat mulai dari tampilan booth atau counter pameran yang kami gunakan dan juga kami mendokumentasikan suasana pada saat event di booth dimana para pengunjung sangat antusias untuk melakukan interaksi dengan kami baik itu untuk mencari informasi seputar Pulau Umang maupun adanya kesempatan untuk melakukan kerja sama corporate atau B2B karena pada saat jam makan siang ternyata di mall – mall yang berpusat di kota lebih sering dijadikan untuk tempat melakukan meeting.

**Dian** : Kapan Calender event dipublikasikan kepada publik?

**PR Manager Pulau Umang** : Kami biasanya menerbitkan calender event pada saat awal bulan, dimana pada calender tersebut kami sudah menentukan kapan waktunya public holiday, long weekned dan high seasons, karena pada waktu –

waktu tersebut kami menetapkan harga yang berbeda dari hari biasa karena memang pada musim – musim tersebut sedang meningkatnya jumlah wisatawan di berbagai tempat wisata.

**Dian** : Ceritakan bagaimana mengenai kegiatan Sales Promotion Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Pada tahun 2011, Pulau Umang melakukan kegiatan sales promotion yang cukup fantastis yaitu melakukan kerja sama dengan 10 kartu kredit dengan memberikan penawaran harga khusus untuk berlibur di Pulau Umang. Kesepuluh kartu kredit tersebut adalah BCA, Mandiri, Permata Bank, ANZ Panin Bank, Danamon, UOB Buana, Bumiputera, Bank Mega, CIMB Niaga dan Standard Chartered. Hasilnya sangat beragam dari setiap kartu kredit, namun selain efek sales yang kita nantikan...ada efek branding juga ketika bank tersebut melakukan promosi program kerja sama ini melalui sms blast dan juga news letter atau di billing statement, dan ini merupakan point plus untuk Pulau Umang.

**Dian** : Apa Saja kegiatan yang dilakukan Pulau Umang dalam kegiatan direct marketing?

**PR Manager Pulau Umang** : Kegiatan direct marketing yang kami lakukan sangat memanfaatkan database yang kami miliki, sebenarnya database yang kami manfaatkan tidak hanya database dari pengunjung Pulau Umang saja...namun kami juga memanfaatkan database dari bisnis unit PT.Griya Sukses Mandiri sebelumnya yaitu Musicafe Kintamani dan juga Visicard privilege card, dimana Musicafe yang pada saat itu mulai beroperasi pada tahun 1993 yang dimulai di Bandung lalu merambah ke Jakarta dan juga sampai dengan ke kota Medan hingga pada akhir tahun 2004 sangat memiliki database yang berkualitas dan sangat banyak sehingga kami memanfaatkan untuk melakukan publikasi dan promosi melalui database tersebut, dan dikarenakan database tersebut juga memang sudah tersusun dengan rapih pendataannya karena mereka menginput data tersebut dari questioner atau guest comment yang memang selalu diberikan kepada tamu yang datang dimana kita bisa mendapatkan data yang cukup lengkap seperti nama, tempat tanggal lahir, tanggal pernikahan, alamat rumah, nomor telepon, bahkan sampai dengan data keluarga inti seperti anak, suami atau istri.sehingga dari data – data tersebut banyak program loyalty customer yang dapat dimanfaatkan secara maksimal menggunakan data – data tersebut.

**Dian** : Apa Keunggulan Pulau Umang dibandingkan dengan hotel lainnya?

**PR Manager Pulau Umang** : Salah satu keunggulan Pulau Umang adalah konsep “Private Island” dimana para pengunjung dapat menikmati suasana liburan yang berbeda karena merasa nyaman dan tidak terganggu oleh hiruk pikuk aktifitas lainnya yang terkadang malah menjadi merusak suasana berlibur dan yang paling penting adalah mereka serasa memiliki pulau pribadi karena suasana disini yang sangat tenang dan nyaman.

**Dian** : Apakah Pulau Umang juga melakukan kegiatan government relations?  
.....

**PR Manager Pulau Umang** :Kami melakukan kegiatan government relations yang cukup baik, salah satu partisipasi kami adalah dengan melibatkan Pulau Umang menjadi anggota PHRI (Persatuan Hotel dan Restoran Indoensia) dan Presiden Direktur Pulau Umang menjabat sebagai ketua PHRI kabupaten Pandeglang bidang promosi, pada kesempatan ini kami banyak melakukan kegiatan bersama – sama pemerintah kabupaten Pandeglang khususnya dalam kegiatan pemasaran dan promosi daerah wisata pantai daerah Pandeglang. Melalui kegiatan tersebut kami banyak menemukan berbagai peluang dalam merealisasikan kegiatan komunikasi pemasaran guna meningkatkan jumlah pengunjung Pulau Umang.

**Dian** : Apa saja kegiatan media relations Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Kegiatan media relations Pulau Umang sangat aktif, misalnya saja untuk kegiatan publikasi dan promosi di media cetak dan elektronik setiap bulannya terdapat sekitar rata – rata 40 media untuk melakukan kerja sama promosi dalam bentuk iklan, liputan, shooting program, talkshow, live phone interview event dan juga media gathering yang kaitannya adalah sebagai alat atau tools dalam pelaksanaan program – program IMC (Integrated Marketing Communication) Pulau Umang.

**Dian** : Apa kendala dalam menghadapi media?

**PR Manager Pulau Umang** : Media seringkali menyangkan kondisi cuaca buruk di sekitar perairan selat sunda seperti misalnya ketinggian ombak mencapai dua meter..., padahal kondisi yang sebenarnya tidak seekstrim itu, apalagi letak Pulau Umang itu di teluk yang mana posisinya dilindungi oleh Tanjung Lesung dan Pulau Panaitan sehingga ombaknya relative tenang karena tidak berada di lautan lepas, mStaff PR Pulau Umang di teluk dan jaraknya ke daratan pulau Jawa hanyalah 1000 meter saja sehingga bukan laut dalam. Namun ketika terdapat berita tersebut pada *running text* salah satu televise swasta misalnya di TV One atau Metro TV yang merupakan televise dengan rating tertinggi khusus untuk program news-nya, berita tersebut akan menjadi ancaman serius bagi kami para pengelola tempat wisata pantai karena reaksi para customer sangat cepat terhadap berita – berita yang menyangkut kondisi alam dan cuaca, mereka akan langsung bereaksi dengan membatalkan reservasi mereka karena ketakutan akan bencana yang memungkinkan terjadi apabila mereka tetap pergi berlibur ke Pulau Umang. Tentunya hal ini merupakan faktor ancaman yang serius bagi kami para pengelola wisata pantai bukan hanya untuk Pulau Umang semata.

**Dian** : Apa tujuan dari kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Pulau Umang? **PR Manager Pulau Umang** : Pemasaran yang dilakukan oleh Pulau Umang selama ini mempunyai tujuan yakni untuk menjadi tempat wisata unggulan dan terbaik khususnya di daerah propinsi Banten dan tidak menutup kemungkinan Pulau Umang dapat go internasional dengan menjadi tempat wisata unggulan yang sangat dicari di Asia tenggara, ini bukannya hal yang tidak mungkin untuk kita capai karena keunikan dan keelokan dari Pulau Umang sangatlah mendukung untuk mencapai tujuan tersebut.

.....

**Dian** : Apa segmen market Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Melihat respon dari masyarakat sampai dengan saat ini terkait dengan hadirnya suatu tempat wisata baru yang mempunyai konsep berbeda dari pulau – pulau wisata lainnya, Pulau Umang secara otomatis mengkategorikan segmen marketnya ke level ekonomi menengah ke atas dengan mayoritas sekitar 80% didominasi oleh wisatawan domestik dan sisanya 20% adalah wisatawan mancanegara.

**Dian** : Siapa target market Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Penetapan sasaran berdasarkan kepada produk yang berupa paket – paket berlibur yang ditawarkan kepada customernya sehingga targetting terbentuk berdasarkan produk yang dijual oleh Pulau Umang. Pada awal Pulau Umang beroperasi memang belum banyak paket yang ditawarkan bahkan hanya menggunakan satu paket berlibur yang hanya dibedakan harganya antara berlibur pada saat weekdays yaitu check in yang dilakukan pada hari minggu sampai dengan check out pada hari Jumat, dan pada saat weekend yaitu check in yang dilakukan pada hari Jumat sampai dengan check out pada hari minggu, dan ada pula long weekend yaitu apabila terdapat hari libur atau tanggal merah pada hari Kamis atau hari Senin, juga terdapat Public holiday yaitu hari libur yang dilakukan pada tanggal merah dan yang terakhir adalah high season yaitu musim liburan yang biasanya terbagi menjadi dua bagian dalam satu tahun yang pertama adalah liburan sekolah atau bertepatan dengan liburan lebaran dan kemudian liburan akhir tahun yang bertepatan dengan perayaan pergantian tahun. Dan target dari paket liburan tersebut mStaff PR Pulau Umang sangat luas yakni bisa personal, corporate atau grup dan juga couple. Dan seiring berjalannya waktu Pulau Umang melakukan perbaikan dan pengembangan khususnya dalam hal produk atau paket liburan dalam hal ini, dimana Pulau Umang mulai mengembangkan paket – paket dimulai dari paket yang dapat digunakan untuk customer personal, yang berarti customer personal disini adalah family, atau couple yaitu paket holiday, lalu paket prewedding dan paket honeymoon. Sedangkan untuk customer corporate ataupun grup, Pulau Umang mempunyai paket corporate gathering, paket meeting, dan beragam pilihan paket outbound. Sehingga dengan mudah Pulau Umang menentukan target nya berdasarkan paket – paket liburan yang dijual kepada publik. Dengan beragam paket liburan yang ditawarkan, maka Pulau Umang membidik target market mulai dari keluarga untuk paket liburan keluarga, calon pengantin dengan target adalah pengguna paket prewedding di Pulau Umang dan juga paket wedding party, pengantin baru untuk menikmati paket honeymoon, dan perusahaan atau grup ataupun komunitas untuk paket meeting dan kegiatan outing perusahaan atau kegiatan launching serta event besar lainnya.

**Dian** : Apa positioning yang ditetapkan oleh Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Positioning yang ditetapkan oleh Pulau Umang yaitu "Private Island" dengan konsep "Back to nature" dimana hal ini dapat tercermin dari lokasi Pulau Umang yang memang menjual keindahan alam dan didukung oleh seluruh bangunan cottage yang didominasi kayu dengan dilengkapi



fasilitas di dalam cottage yang lengkap setara hotel bintang empat, dan hal lain yang menjadi daya tarik dari penetapan positioning Pulau Umang yang merupakan *private island* adalah dimana para pengunjung dapat menikmati liburan di pulau yang hanya dihuni oleh pengunjung atau tamu yang menginap saja, tidak ada penjual – penjual makanan ataupun dagangan lainnya yang seringkali kita lihat apabila berkunjung ke pulau – pulau wisata lainnya yang terbuka untuk umum atau siapapun dapat masuk ke pulau tersebut. Hal ini yang menjadikan positioning Pulau Umang menjadikan sebagai *private island* dimana para pengunjung merasa berlibur di pulau pribadi.

.....

**Dian** : Bagaimana cara Pulau Umang melakukan bauran pemasaran?

**PR Manager Pulau Umang** : Dalam menentukan taktik pemasaran dan komunikasi pemasaran, Pulau Umang melakukan bauran pemasaran yang terdiri dari pemahaman serta penejabaran mengenai product, lalu penentuan price dalam hal ini berkaitan dengan price strategy, lalu berkaitan dengan place dengan melihat segala kondisi dari posisi letak Pulau Umang dan yang terakhir adalah strategi promosi yang diterapkan oleh Pulau Umang dalam hal pengembangan dari citra Pulau Umang itu sendiri. Kami memang mempunyai regulasi yang tidak biasa dibandingkan dengan tempat – tempat wisata lainnya dalam hal pemesanan makanan dan minuman, dimana F&B sudah kami paketkan dengan kamar, sehingga para customer memang sudah tidak harus bersusah – susah untuk memikirkan akan makan apa nantinya ketika berlibur di Pulau Umang, dan sebenarnya ini juga merupakan strategi bisnis kami agar dapat memaksimalkan segala bentuk servis yang kami sediakan di Pulau Umang.

**Dian** : Menurut Anda, apa kelemahan dari Pulau Umang?

**PR Manager Pulau Umang** : Kami sangat menyadari bahwa infrastruktur yang baik untuk akses menuju Pulau Umang sangatlah hal yang sangat penting ini untuk menghindari banyaknya keluhan customer kami mengenai keberadaan lokasi Pulau Umang yang termasuk dalam kategori tempat wisata yang menmpuh waktu cukup lama dari ibu kota Jakarta, untuk itu kami terus melakukan komunikasi serta menjalin kerja sama dengan pihak pemda setempat guna memperbaiki sarana dan prasarana yang mendukung untuk kemajuan wisata tidak hanya Pulau Umang saja namun untuk wisata pantai di daerah Banten.

### Lampiran 3. Profile Pulau Umang

#### PULAU UMANG



- || Mainland to P. Umang : + 1000 m
- || P. Oar to P. Umang : + 500 m

Land Area : 5 HA  
Free Hold (Sertifikat Hak Milik)  
White Sandy Beach  
Beautiful Snorkeling Spot

## THE AMAZING UMANG ISLAND RESORT



### THE OPPORTUNITY

- Pulau Umang adalah pulau yang memiliki keindahan alam biasa karena buasanya yang menyajikan konsep pemandangan ke arah timur dan selatan merupakan perbukitan dan Gunung Meru yang berada di kawasan Taman Nasional Ulu Buru, serta pemandangan laut lepas di sebelah barat
- Bersifat sejuk terutama pada malam hari, kualitas air laut yang jernih, berpasir putih dan memiliki hampas 1.000 m di Pulau Jawa memberikan rasa aman bagi pengunjung dan lebih nyaman dari mahuk laut dalam perjalanan
- Pulau pulau 5 ha berstatus hak milik sejak tahun 1970 sehingga memiliki kebebasan dalam kepemilikan



### THE STRENGTH

Konsep *bring in nature* dengan desain arsitektur yang bernilai seni serta terbuka memberi kesan menyatu dengan alam. Baik di *cottage* dengan teras yang langsung menghadap ke laut, maupun public area seperti *hobby lounge*, *Burke Dome*, *swimming pool* yang semua menghadap ke laut, sehingga menciptakan suasana alam yang luar biasa, memberikan pemandangan alam yang menakutkan bagi para wisatawan. dilengkapi dengan pelayanan yang sangat ramah, bersahabat dan profesional



### THE LOCATION

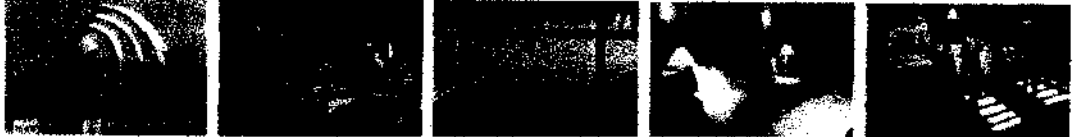
The Amazing Umang Island Resort merupakan resort terbaik di wilayah Buru, Indonesia. Desa Buru, pulau terluar dan terakhir adalah 183 km lewar Jakarta - Merak,asil di Serang Timur dan merupakan destinasi wisata sektor 5, 6, 7, 8



### THE VIEW

Lokasi dan pemandangan alam wisata yang sangat indah dan indah merupakan destinasi yang unik, *bring in nature* dan *bring in landscape* kegiatan outdoor di pulau

## The Facility



- Fasilitas yang tersedia cukup lengkap untuk pengadaan paket acara baik indoor maupun outdoor seperti: beach front hotel's room yang nyaman ber-AC dengan fasilitas air panas, restaurant, swimming pool (untuk dewasa dan anak-anak), jacuzzi dengan air hangatnya, function hall, karaoke, kids club, games room (bens meja, bilard)
- Bagi mereka penggemar water sport activity, Pulau Umang juga menyediakan: fishing, snorkeling, jetski (outsourced), banana boat (outsourced)

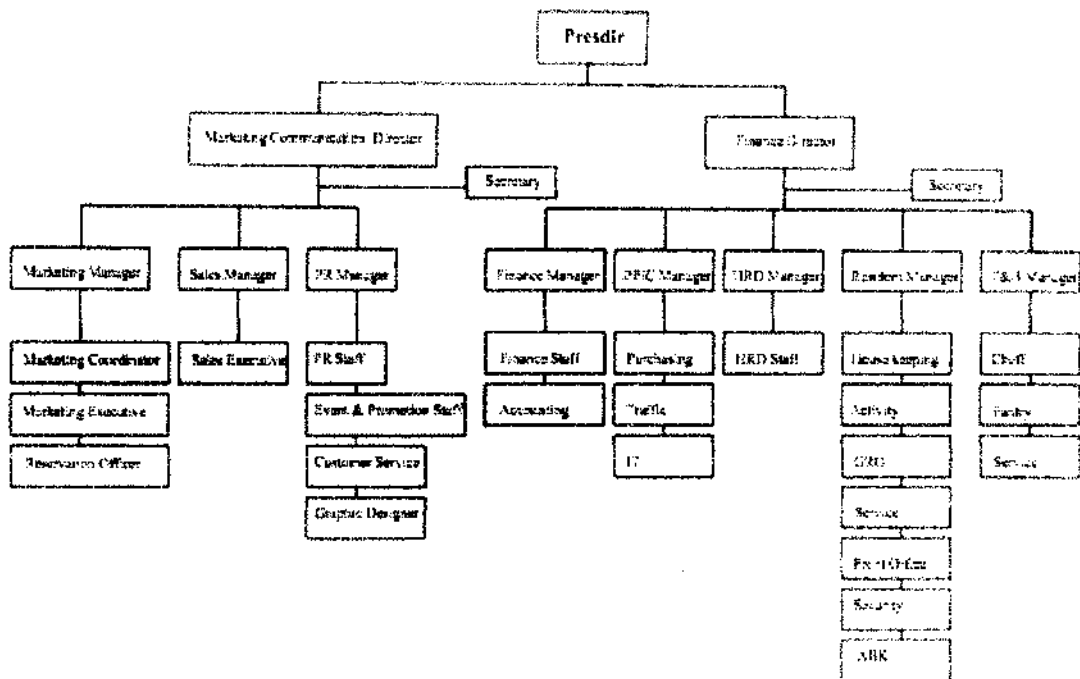
## The Activity



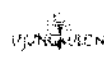
Berbagai aktivitas outing dan sarannya tersedia lengkap mulai dari Hill adventure, river trip, fun games, high rope games, yang dapat di nikmati oleh corporate yang mengadakan outing maupun family gathering

### Lampiran 4. Struktur Organisasi Pulau Umang

#### STRUKTUR ORGANISASI PT. GRIYA SUKSES MANDIRI



## Lampiran 5. Kegiatan CSR Pulau Umang



### UCS (Ujungkulon Conservation Society)



Pulau Umang, Christian PB Hakim bersama Bapak Marzuki Usman (mantan menteri investasi BKPM pariwisata dan kebudayaan) mendirikan UCS (Ujungkulon Conservation Society).

UCS merupakan bentuk kepedulian terhadap lingkungan, yang mempunyai program untuk menjaga kelestarian alam dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Bekerjasama dengan pihak TNUK (Taman Nasional Ujungkulon) mengulirkan program sustainable development & responsible yang akan memberikan manfaat yang luar biasa khususnya dalam program:

- **Keep Indonesia Green** - Ayo Tanam Sejuta Pohon, seluas 10.000 ha yang akan menjadi buffer zone Taman Nasional Ujungkulon
- Program **community development** yang sudah berjalan melalui pelaksanaan program-program untuk meningkatkan taraf kesejahteraan, pemukiman, pertanian, perikanan dan pendidikan

THE AMAZING UMANG ISLAND RESORT

## Lampiran 6. Press Release Pulau Umang

**PRESS RELEASE**  
**MEDIA FUN TRIP ESCAPE (Exploring Umang)**  
**6-8 November 2009**

Sebagai salah satu objek wisata yang memiliki keindahan alam yang luar biasa yang terletak di Provinsi Banten, dengan lokasinya yang unik, hanya 1000m dari desa Sumur Pulau Jawa dengan pemandangan perbukitan dan gunung Honje yang berada dikawasan TNUK (Taman Nasional Ujung Kulon).

Pulau Umang memasarkan konsep terbaru paket liburan plus yang sangat menarik, "ESCAPE" (Exploring Umang). Paket 3 hari 2 malam ini dikemas dengan aktifitas yang menarik sehingga liburan menjadi penuh arti.

Aktifitas "ESCAPE" antara lain adalah Fun Outbound, Fishing Competition, Survival, Sarbaqa party, "Jungle Nite" dan "Sarung Nite", Picnic lunch, Trip to Pulau Dar, Banana Boat, Rubber Boat dan Snorkeling.

Konsep paket ESCAPE ini diadakan dalam upaya meningkatkan pariwisata dalam negeri dan sejalan dengan upaya mengedukasi masyarakat dalam pelestarian lingkungan.

UCS (Ujungkulon Conservation Society) bekerja sama dengan DKP (Dinas Kelautan dan Perikanan) Provinsi Banten, berlokasi di Pulau Umang dimana pengunjung akan melakukan kegiatan Transplantasi Terumbu karang dan penanaman Mangrove yang sangat bermanfaat bagi nelayan dan mengedukasi pengunjung Pulau Umang mengenai pentingnya menjaga dan memelihara kelangsungan hidup ekosistem di laut.

Pulau Umang juga mengajak pengunjung untuk berpartisipasi dalam program Penanaman Sejuta Pohon yang difasilitasi oleh UCS (Ujungkulon Conservation Society) bekerjasama dengan Pulau Umang.

Diharapkan dari program ESCAPE ini dapat dimanfaatkan dalam Corporate Outing maupun mengisi liburan keluarga dengan acara yang menarik, bermanfaat dan mendidik sambil menikmati keindahan ciptaan Tuhan.

Public Relations  
Pulau Umang resort hotel  
Tlp.021-53157292 Fax.021-53157299  
[promotion@pulau-umang.com](mailto:promotion@pulau-umang.com)  
[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

## PRESS RELEASE

### **PROGRAM PELESTARIAN ALAM DENGAN TRANSPLANTASI TERUMBU KARANG DI PULAU UMANG**

Resort Hotel

6 – 8 November 2009

Terumbu karang merupakan ekosistem laut yang sangat kaya akan keanekaragaman hayati. Manfaat terumbu karang secara langsung adalah sebagai habitat sumberdaya ikan, batu karang pariwisata, wahana penelitian, dan pemanfaatan jasa perikanan, sedangkan secara tidak langsung berfungsi sebagai bahan penahan abrasi pantai, keanekaragaman hayati dan air sebagainya.

Pemangulangan kerusakan akan terumbu karang dengan metode transplantasi karang sudah dimulai di Provinsi Banten melalui Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Banten sejak tahun 2003. Namun pelaksanaannya belum optimal dan maksimal karena belum adanya pola kemitraan antara aparat pemerintah, masyarakat, dan para pelaku usaha baik dibidang jasa pariwisata atau para eksportir terumbu karang.

Untuk itulah dengan adanya program pelestarian alam yang disponsori oleh Pihak Umang direasa perlu dan penting Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi Banten dalam usaha pelestarian alam dengan Transplantasi Karang.

Tujuan daripada kegiatan ini adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat di sekitar pulau umang dan sekitarnya dalam pengelolaan kawasan pesisir dan laut dengan rehabilitasi kawasan dengan teknik transplantasi karang.

Sasaran dari pada kegiatan adalah terwujudnya peningkatan pemahaman semua pihak yang berkepentingan terhadap pengelolaan terumbu karang buatan dan transplantasi karang, meningkatkan peranan pemerintah, masyarakat dan para pelaku usaha jasa pariwisata dapat bekerjasama dalam rehabilitasi alam dengan transplantasi karang buatan.

#### **Fungsi dan Manfaat**

- a. Pelindung pantai dan angin, pasang surut, arus dan badai
- b. Sumber plasma nutfah dan keanekaragaman hayati yang diperlukan bagi industri pangan, bioteknologi dan kesenian.
- c. Tempat hidup ikan-ikan baik ikan hasil maupun ikan target yaitu ikan-ikan yang tinggal di terumbu karang.
- d. Penghasil bahan-bahan organik sehingga memiliki produktivitas organik yang sangat tinggi dan menjadi tempat mencari makan, tempat tinggal dan penyamaran bagi komunitas ikan.
- e. Merupakan daerah perikanan tangkap dan wisata karang, yang secara sosial ekonomi memiliki potensi yang tinggi.

Pelaksanaan kegiatan ini merupakan pola kemitraan antara Pihak Umang dengan Dinas Kelautan dan Perikanan Provinsi dengan tujuan adanya pendampingan kepada masyarakat sekitar umang agar mengerti dalam teknik transplantasi dan pengelolaan kawasan terumbu karang sehingga dapat terjadinya pola keseimbangan ekosistem terumbu karang.

#### **Public Relations**

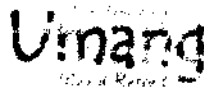
##### **Pulau Umang Resort Island**

Telp : (021) 5315 3008 / 53157292

Fax : (021) 5315 7299

e-mail : [promotion@pulauumang.com](mailto:promotion@pulauumang.com)





### PULAU UMANG "AMAN & NYAMAN"

PULAU UMANG ISLAND RESORT mempunyai beberapa factor yang dapat memberikan kenyamanan para wisatanya dalam berlibur, yaitu:

1. Lokasi Pulau Umang terletak di teuk yang melindungi aman dari gelombang yang berada di laut lepas, karena terbelindung
  - a. Sebelah utara oleh Tanjung Lesung
  - b. Sebelah selatan oleh Ujung Kulon
  - c. Sebelah barat oleh Pulau Panahan
  - d. Sehingga gelombang disekitar Pulau Umang tidak terlalu besar (hampir seperti danau)
  - e. Lokasi bukit Tangkil Sari berada di ketinggian 75 meter diatas permukaan laut, 750 meter dari pantai
  - f. Lokasi bukit Ciparahu berada di ketinggian 40 meter diatas permukaan laut, 330 meter dari pantai
  - g. Lokasi bukit Legan berada di ketinggian 35 meter diatas permukaan laut, 330 meter dari pantai
2. Jarak Pulau Umang dengan Pulau Jawa (Main Land) hanya sekitar 1 km (1000 meter (dapat ditempuh dengan shuttle boat dalam waktu 5 - 10 menit)
3. Seluruh bangunan resort & room dibangun dengan desain anti gempa (berupa rumah panggung dengan struktur tiang-tiang beton dan area ringan)
4. Sampai dengan saat ini kami bersyukur bahwa Pulau Umang aman dari gempa termasuk ketika terjadi gempa di Banten laut diujung selatan beberapa waktu lalu, sama sekali tidak berdampak apapun terada di Pulau Umang
5. Di Informasikan pada bahwa Pulau Umang telah menjadi komunikasi intens dengan BMG setiap saat dan kami juga memiliki prosedur "Safety Regulation" termasuk "System Emergency Evacuation" yang dikuatkan oleh seluruh staff & karyawan kami

#### Public Relations

Pulau Umang Resort Island

Sales & Marketing office Jakarta

Berdenda Sajaone B9 / R433

Nusa Loka Sektor 14, BSD City, Tangerang

Telepon (021) 5315 3008 / 53157292

Fax (021) 5315 7297

e-mail [promotion@pulau-umang.com](mailto:promotion@pulau-umang.com)

Website [www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

Jakarta, 12 Agustus 2010

PRESS RELEASE

### **PT. Bakrie Telecom Tbk Adopsi Pohon di Pulau Umang**

Pada tanggal 23 - 25 Juli 2010 lalu, Divisi Regulatory & Government Relations PT. Bakrie Telecom Tbk melaksanakan kegiatan Outbond di Pulau Umang Resort Hotel yang terletak di Kecamatan Sumur Kaduaten Pandeglang – Banten yang bertujuan untuk menumbuhkan "Kerjasama Tim" dan dalam pelaksanaan kegiatan tersebut seluruh peserta merasa cukup puas dan terkesan tidak hanya dengan pelaksanaan Outbond, tetapi juga dengan dukungan alam dan fasilitas yang disediakan Manajemen Pulau Umang.

Pada kesempatan tersebut, tepatnya pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2010, Divisi Regulatory & Government Relations PT. Bakrie Telecom Tbk, juga turut berpartisipasi dalam program Ayo Tanam "Sejuta Pohon" dimana program tersebut merupakan salah satu program Ujung Kulon Conservation Society (UCS) yang mempunyai visi menciptakan suatu sistem yang memberdayakan masyarakat, pengusaha dan Taman Nasional Ujung Kulon dalam menjaga kelestarian dan keseimbangan antara manusia dengan alam.

PT. Bakrie Telecom Tbk melakukan penanaman pohon di Pulau Umang dengan cara mengadopsi pohon tersebut guna mewujudkan Corporate Social Responsibility yang lebih dikenal dengan "Go Green".

Pulau Umang Resort Hotel dan PT. Bakrie Telecom Tbk, sangat menyadari betapa pentingnya di dalam kehidupan ini agar selalu menjaga keseimbangan alam yang harmonis untuk kelangsungan hidup manusia yang lebih baik di muka bumi ini. Salah satunya adalah dengan menjaga keseimbangan dan kelestarian alam melalui penanaman pohon, diharapkan dapat mendukung sistem pertanian yang sangat diperlukan di bidang pertanian. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitar kawasan Taman Nasional Ujung Kulon.



**Gbr. Tim Divisi Regulatory & Government Relations PT. Bakrie Telecom Tbk bersama Manajemen Pulau Umang Resort Hotel melakukan adopsi dan penanaman pohon di Pulau Umang Resort Hotel – Sumur, Pasirgleng – BANTEN.**

**Public Relations**  
Pulau Umang Resort Hotel  
Sales & Marketing office Jakarta  
Bardelona Square 05 / 7153  
Pulau Umang Sektor 14, 350 Cw. Pasirgleng  
Telp : (021) 8315 3008 / 83157090  
Fax : (021) 8315 7099  
Email : [pr@pulauumang.com](mailto:pr@pulauumang.com)  
Website : [www.pulauumang.com](http://www.pulauumang.com)

Jakarta, 03 Agustus 2020

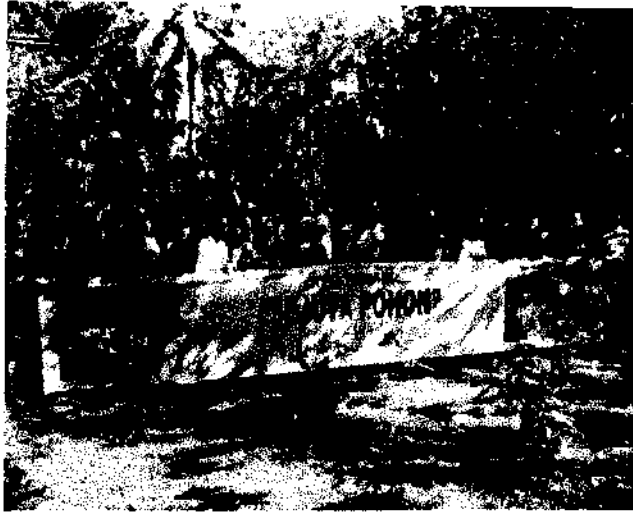
PRESS RELEASE

### Ayo Tanam Sejuta Pohon di Pulau Umang

Pulau Umang resort hotel yang terletak di desa Sumur kabupaten Pandeglang – Banten, bekerja sama dengan Ujung Kulon Conservation Society yang merupakan salah satu NGO (Non Government Organization) yang fokus terhadap segala sesuatu yang menyangkut lingkungan, terus melakukan aksi kepedulian terhadap lingkungan dengan menjalankan program "Ayo Tanam Sejuta Pohon".

Program ini melibatkan tamu – tamu yang berkunjung ke Pulau Umang untuk mewujudkan kecernaan mereka terhadap alam dengan melakukan kegiatan tanam dan adopsi pohon. Pada bulan Juli 2020, mereka diantaranya yang terlibat aksi ini adalah Gubernur Banten – Hj. Anis Chodiyah, Kapolda Banten – Bpk. Agus Kusnadi, dan juga tidak ketinggalan perusahaan yang terlibat dalam kegiatan sosial ini yaitu PT. Bakrie Telecom – Divisi Regulatory & Government Relations, PT. Bakrie Telecom yang pada saat ini sedang melakukan kegiatan outing perusahaan di Pulau Umang. Merasa bergerak untuk terlibat dalam tanam dan adopsi pohon ini karena sesuai dengan misi kepedulian lingkungan yang sedang mereka jalankan saat ini dengan tema "Go Green".

Pulau Umang resort hotel sangat menyadari betapa pentingnya di dalam kehidupan ini agar selalu menjaga keseimbangan alam yang harmonis untuk kelangsungan hidup manusia yang lebih baik di muka bumi ini. Salah satunya adalah dengan menjaga lingkungan serta kelestarian alam dengan penanaman pohon yang dapat menjaga sistem pengaliran yang baik bagi pertanian, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya masyarakat di sekitar kawasan Taman Nasional Ujung Kulon, sejalan dengan misi dari Ujung Kulon Conservation Society (UJCS) yaitu menciptakan suatu sistem yang membardayakan masyarakat, pengusaha dan Taman Nasional Ujung Kulon dalam menjaga kelestarian dan keseimbangan antara manusia dengan alam.

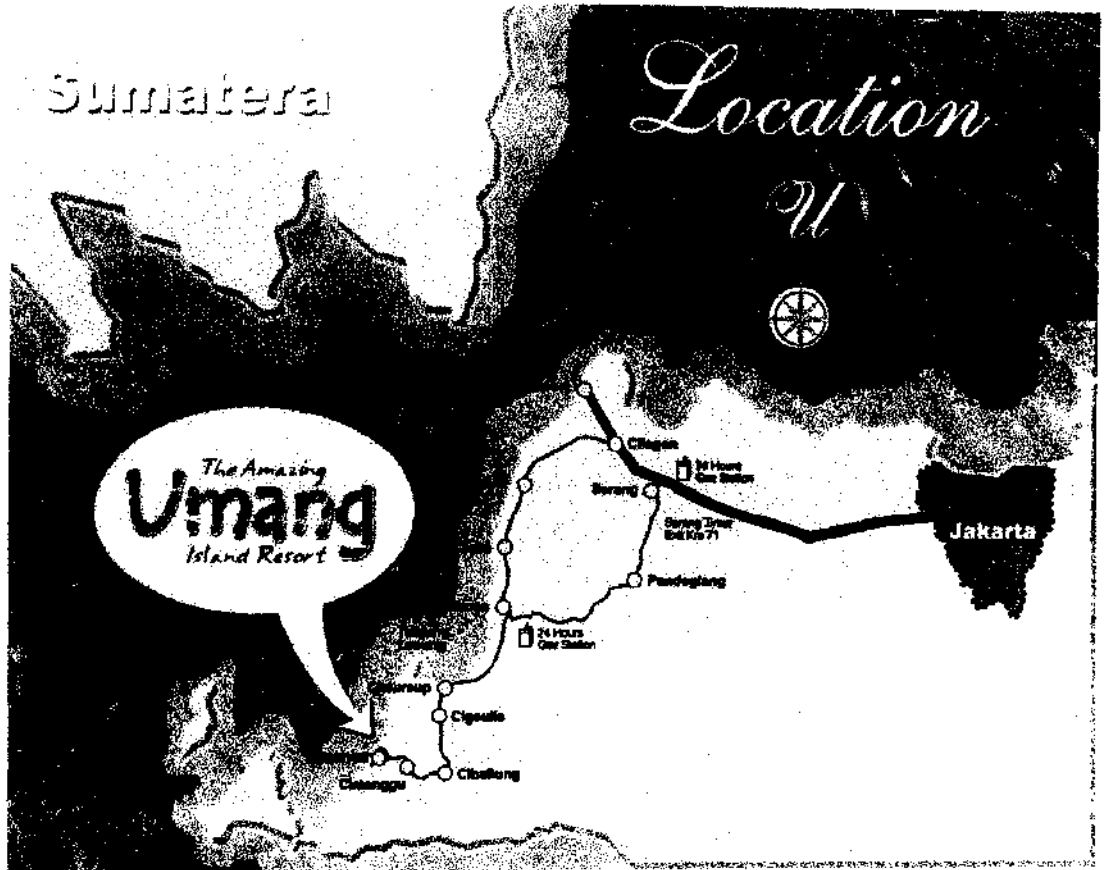


Gbr. Gubernur Banten, Ibu Hj. Atut Chotimah melakukan adopsi dan penanaman pohon di Pulau Umang resort hotel – Samudra, Pandeglang – BANTEN.



Gbr. Kapolda Banten, Bpk. Agus Kusnedi melakukan adopsi dan penanaman pohon di Pulau Umang resort hotel – Samudra, Pandeglang – BANTEN.

Lampiran 7. Peta Pulau Umang



Lampiran 8. Flyer Promosi Pulau Umang

# The Amazing Honeymooners

Imagine.... of staying at the Island Resort Villa in a 5 hectares private island located 163 km from the bustling city of Jakarta..... a luxurious heaven poised between the captivating West Java Sea and the charm of the mountain surroundings..... finished in the finest materials in soothing tones of wooden details with all the modern amenities of a fine hotel.



**PROMOTION RATE**

(302N)

• Package : Rp. 3.600,000 - nett

• Rate including

- 2 nights accommodation (for 2 persons)
- 2 x romantic gala dinner on the beach (for 2 persons)
- 2 x couple lunch (for 2 persons)
- 2 x breakfast (for 2 persons)
- 1 x house wine by glass (for couple on dinner)
- Welcome flowers
- Welcome fruits basket in the room
- 1 x massage for couple
- Romantic aromatherapy in the room (for 2 nights)
- 2 way transfer boat to P. Umang
- Sunset Cruise
- 2 voucher snorkeling
- 2 voucher Trip to P. Dai
- Souvenir

**TERMS & CONDITIONS**

- Week Days only
- Not valid on high seasons, weekend, public holiday
- Valid for local & KMG only
- Not valid with any other promotion program

- Price in Rp. (Nett) without other charge
- Taxes & Charges are not affected here in hotel

50820

Marketing Office :  
 Geronimo Square Red 5/F No. 52, Masabika Galeri 14, BSD City, Tangerang - Indonesia  
 Tel: (+62 21) 531 53 608 Fax: (+62 21) 531 57 289  
 Email: marketing@pulau-umang.com

The Amazing  
**Umang**  
 Island Resort

www.pulau-umang.com

# Challenge Outbound

Bukit Legion



Located at the mainland or pulau-Umang, surrounded by enchanting natural scenery of hills, forest, river and sea. This offers an extensive outbound area for programs of 'back to nature' activities. Supported by a professional team who are experienced and creative in human resources development with a sense of adventure in nature resources.

- Fun Games = Rp. 150.000 nett/pax  
(4 games at Pulau Umang by operator only)
- Fun Outbound = Rp. 350.000,- nett/pax  
(6 games at Bukit Legion by operator)
- Outbound Training = Rp. 550.000,- nett/pax  
(8 games at P. Umang, incl. paperwork, certificate)
- Challenge Outbound = Rp. 750.000,- nett/pax  
(8 games at Bukit Legion, Team Building & Leadership Program, incl. paperwork, certificate)

- Price may change without prior notice
- Min 4-5 participants are reqd. atleast 3 days advance

Marketing Office  
Pusat Kota Sektor 14 No. 11 Arcahika Sekeloa 14, BSD CITY Tangerang - Indonesia  
Tel: (+62 21) 531 53 000 Fax: (+62 21) 531 53 299  
E-mail: [marketing@pulau-umang.com](mailto:marketing@pulau-umang.com)

*20/09/09*  
**The Amazing  
Umang**  
Island Resort

[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

020701



# The Amazing Prewedding

Imagine.... of staying at the Island Resort Villa in a 5 hectares private island located 183 km from the bustling city of Jakarta.... a luxurious heaven poised between the captivating West Java Sea and the charm of the mountain surroundings.... finished in the finest materials in soothing tones of wooden details with all the modern amenities of a fine hotel.



**PROMOTION RATE**  
(2D1N)

- Package : Rp. 4.000.000 - nett  
Min. for 6 persons
- Rate including
  - 2 room
  - 1 x romantic gala dinner (for 2 person)
  - 1 x dinner (for 4 persons)
  - 1 x lunch (for 6 persons)
  - 1 x breakfast (for 6 persons)
  - 2 way transfer boat to P. Umang
  - Flower in 1 room
  - Welcome fruits basket in 1 room
  - Photo Location
  - Pulau Umang, Sawah, Bunga/Roks
  - Boat Transfer

**TERMS & CONDITIONS**

- Week Days only
- Not valid on high seasons, weekend, public holiday
- Valid for local & NRIIS only
- Not valid with any other promotion

• Price may change without prior notice  
• Meals & beverages are not allowed from outside

Marketing Office  
Rafflesia Square Blok E5 No. 53, Suralaga Galeri 14, BSD/211, Tangerang, Indonesia  
Tel : +62 21 51513108 Fax : +62 21 531 57 799  
Email : [surtag@pulau.umang.com](mailto:surtag@pulau.umang.com)

The Amazing  
**Umang**  
Island Resort

[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

# pulau umang

- Leisure Spa -

- Indonesian Traditional Massage	Rp. 150,000 nett	per-60 minutes
- French Massage	Rp. 150,000 nett	per-60 minutes
- Swedish Massage	Rp. 150,000 nett	per-60 minutes
- Body Scrub	Rp. 75,000 nett	per-30 minutes
- Body Mask	Rp. 75,000 nett	per-30 minutes
- Reflexology	Rp. 90,000 nett	per-60 minutes
- A Moment in Umang (Massage + scrub)	Rp. 200,000 nett	per-90 minutes
- Umang Signature Body Treatment (Massage + scrub + mask)	Rp. 260,000 nett	per-120 minutes

- \* Price may change without prior notice
- \* Meals & beverages are not allowed from outside

**U mang**  
Resort & Spa

PT. GSM (Gaya Sukses Mandiri)

Marketing Office :

Tel: (+62) 21 431 53 608 Fax: (+62) 21 531 57 295. SMS: (+62) 897 15 0699

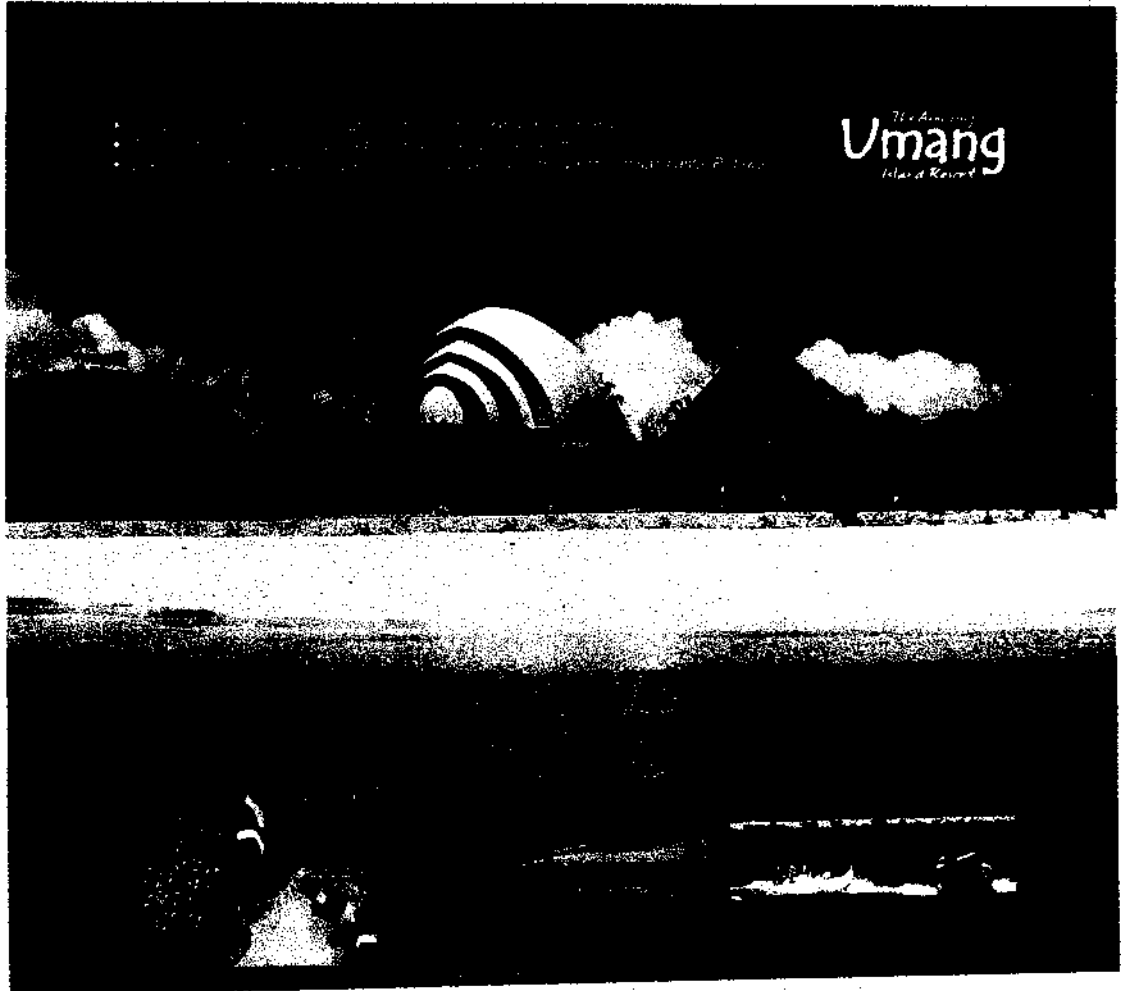
Pulau Umang Resort & Spa

Desa Sempur, Kabupaten Pandeglang, Banten - Indonesia

Tel: (+62) 815 903 654 50 (+62) 213 132 54 911

[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

## Lampiran 9. Iklan Display Pulau Umang



### What is Proven Today Was Once An Imagination !

Imagine.... of staying at Island Resort in a 5 hectares private island located 183 km from the bustling city of Jakarta..... a luxurious heaven poised between the captivating West Java Sea and the charm of the mountain surroundings..... finished in the finest materials in soothing tones of wooden details with all the modern amenities of a fine hotel.

Imagine.... to be able to laze around your own private white sandy beach overlooking the crystal clear sea water close to the beauty of nature with total peace and tranquility.

The Amazing Umang Island Resort can create your imagination in simplicity into practice.

To know further is to come to The Amazing Umang Island Resort that is beyond your imagination.

Who says imagination is not necessarily better than reality? After all, The Amazing Umang Island Resort that is proven today was also once an imagination.

Available 30 cottages, 60 rooms.  
All suites (84 sqm), mezzanine bedroom, living room, beach front terrace, beautiful view

[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

(021) 531 53 008

# ESCAPE

## Exploring Umang

Get Free !!

Trip to P. Oar, Snorkeling, Fishing, Banana

Transfer, Family Outbound, Pengenalan Diri,

Traditional Coffee Break, T - Shirt,

Custom Accessories

The Amazing  
**Umang**  
Island Resort

Available 30 cottages, 60 rooms.  
Mezzanine bedroom, living room, beach front terrace, beautiful view

[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)

(021) 531 53 008

# Let's Go Umang



**Day Trip**  
**100 ribu net / orang**

**Incl : boat transfer, entry fee**

**09.00 - 17.00 WIB**

**FO Pulau Umang : 0813 8034 5450 | Jakarta : (021) 531 53 008**

**[www.pulau-umang.com](http://www.pulau-umang.com)**



96	Paradiso
97	Selamat Pagi
98	Buku Harian Si Uyah
99	Tarung Si Balong
100	Dunia Air
101	Si Belang Isian Isian
102	Kali CBR Tamaya
103	METRO TV
104	Archipelago
105	Hyze & Verne
106	G Channel
107	Rahmendra
108	<b>SALES PROMO PROGRAM</b>
109	"Bali Training" with media
110	BABU Trudi
111	KORONA
112	Event Guide
113	TEMPO
114	Merdeka
115	PWA
116	Influensi
117	"Back To Nature" program with Media
118	Panglo
119	No job & Tourism
120	Parents Guide
121	Her World
122	Tempo
123	Si Bledu
124	<b>PROMO CREDIT CARD</b>
125	Citybank : Discount 50% for room only on weekdays
126	HSBC
127	BCA
128	
129	<b>Sales Promotions Country (SPC)</b>
130	Umang Puar Da Mah
131	Pajaten Village
132	Pasar Festival
133	Jang City
134	Central Park
135	Isol Taman Aranyar
136	Epicurus Walk
137	Sondero City
138	Isol M Piam
139	Isol M Piam
140	Belagio Kungkun
141	Selapuh One
142	DI
143	<b>UMANG Promotional Items</b>
144	<b>Merchandise</b>
145	Sticker mobil Boro Umang
146	Sticker mobil festival Umang
147	Koran Umang
148	
149	<b>Internal promo items</b>
150	Top surat BW
151	Top surat FC
152	The Eagle Club
153	Opus Commem
154	Amplap BW
155	Amplap FC
156	Map Umang
157	Map Umang
158	Map Umang
159	Map Umang
160	Map Umang
161	Map Umang
162	Map Umang
163	Map Umang
164	Map Umang
165	Map Umang
166	Map Umang
167	Map Umang
168	Map Umang
169	Map Umang
170	Map Umang
171	Map Umang
172	Map Umang
173	Map Umang
174	Map Umang
175	Map Umang
176	Map Umang
177	Map Umang
178	Map Umang
179	Map Umang
180	Map Umang
181	<b>External promo items</b>
182	Poster Sport 4
183	Poster promo umang
184	Poster promo
185	X Banner
186	<b>CLIENTS RELATIONSHIP PROJ.</b>
187	Therapy letter
188	App card to the
189	Greeting card (on mother & Christmas)
190	Postcard guest customer
191	Customer database
192	Anniversary
193	Birthday
194	Cust. Loyalty Prog. (to give a membership)
195	Database from pohon
196	<b>DESIGN PROGRAMME</b>
197	<b>PRINTED Media</b>
198	Regular 1
199	Regular 2
200	Ramadhan
201	New Year
202	<b>GREETINGS E-Card</b>
203	Ramadhan
204	Christmas
205	New Year
206	<b>CYBER M PROGRAMME</b>
207	Website Umang
208	Website UCI
209	Facebook Umang
210	Twitter Umang
211	Blog Umang
212	Tris Advisor

## Lampiran 11. Sales Promotion Program Pulau Umang 2011

SALES PROMOTION PROGRAM PULAU UMANG 2011					
NO	PROGRAM	DESKRIPSI	PACKAGE	PERIODE PROGRAM 2011	TARGET PARTNER
1	"MyZ Training" with meals	Berkerjasama dengan media partner untuk membuat event "MyZ training" dengan target market adalah para eksekutif, marketing, entrepreneur, dengan supervisor atau manager level.	302N package / WD. Package : room, full board meals, boat, Training, Khas MyZ, fun games, snorkeling, banana boat, Transport.	Januari, Feb, Mar, Apr, Sept, Okt.	BUMN Track, Konstina, Event Guide, Tempo, Marketing, SWA, Indobank
2	"Back To Nature" program with Meals	Berkerjasama dengan media partner untuk membuat event yang bertema "Back to Nature" diisi dengan kegiatan 2 yang menarik berbagai macam sport : Yoga, managemen turumbu karang, managemen mangrove, membuat kerajinan tangan khas bekalau, water sport, fun games. Didukung oleh pembicara dari media partner.	302N package / WE. Package : room, full board meals, boat, event (tanam coral, banana boat, snorkeling, banana boat, Transport).	Januari, Feb, Mar, Apr, Sept, Okt.	Female Health & Tourism Parents Guide, Her World, Temasek, Girlfriend
3	PROMO CHECK CARD	Memberikan penawaran special khusus untuk honeymoon serta berlibur dengan penawaran harga sama persis terbaik.	Discount 50% for rooms on Weekdays only.	Februari - Desember 2011. not valid fr DWE, PMS.	Cibank/HSBC/BCA
Sales Promotion Campaign RFG:					
4	Umang Tour De Mail	Melakukan kegiatan sales promotion yaitu membuat counter di pusat perbelanjaan/ Mall dengan sistem full board dan target adalah pengunjung dari mall tersebut yaitu family group dan company.	Promotion Package Umang	Januari - Desember 2011	Pojato Village, Pasar Festival, Jeng City, Central Park, Mall Taman Angrek, Epicentrum Mall, Gendria City, Blok M Plaza, Metrodiponegoro Mall, Bellegio Kurungan, Setia Budi One, EX
5	Umang Tour De Office	Melakukan kegiatan sales promotion yaitu membuat counter di pusat perbelanjaan dengan target corporate outing.	Promotion Package Umang	Januari - Desember 2011	SUDIRMAN, Genta Mega, Mewah Sedihma, Permata Bank, Plaza Sentral, Standard Chartered, Wisma Nugra Sariana, RASUNA SAID, ARIANO Sentral Century Tower, Gedung, Lina Building, Mirana Graha, Wisma Tugu, Wisma Staco.
6	Umang Tour De Call	Melakukan kegiatan sales promotion dengan sistem harga sama : Pulau Umang memberikan FBO lpd call sebagai hadiah untuk/berpikir dan kompensasinya kita akan mendapatkan promo di website di call tsb dan counter promo atau minimal mendapatkan 1 orang tsb.	Promotion Package Umang	Januari - Desember 2011	Planet Hollywood, Hard Rock Call, Blowfish, Rolling Stone, Inmigrant
7	Birthday Package	Memberikan penawaran special bagi customer yang ingin merayakan ulang tahun di Pulau Umang bersama keluarga besar atau teman.	201N or 302N, WD/WE. Package : room, full board meals, boat, lunch/dinner, dinner, Cella, sound system, decoration, MC, keyboard-singer.	Januari - Desember 2011. not valid fr IWE, PMS.	Umang team
8	Wedding Anniversary package	Memberikan penawaran special bagi customer yang ingin merayakan ulang tahun perbulan di Pulau Umang bersama keluarga besar dan sahabat.	201N or 302N, WD/WE. Package : room, full board meals, boat, lunch/dinner, dinner, Cella, sound system, decoration, MC, keyboard-singer.	Januari - Desember 2011. not valid fr IWE, PMS.	Umang team
9	Private Wedding package	Memberikan penawaran untuk melakukan resepsi pernikahan dengan undangan terbatas (private) di Pulau Umang.	302N package / WE. Package : room, full board meals, boat, Transport, merchandise, dinner, in villa/kuapa, sound system, decoration, MC, keyboard-singer.	Januari - Desember 2011. not valid fr IWE, PMS.	Umang team
10	Special Gift - Pulau Umang voucher	Memberikan penawaran voucher Pulau Umang sebagai Special gift yang dapat diberikan sebagai complimentary ataupun hadiah kepada customer/client untuk pernikahan.	Voucher point yang bisa Pulau Umang. 201N WD/WE Package : room, meals, boat, entry fee. For 2 pac.	Januari, Februari, Maret 2011	Company



## Lampiran 12. Media Plan Schedule Pulau Umang 2011



### MEDIA PLAN SCHEDULE 2011 PULAU UMANG

NO	MEDIA	2011											
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
<b>NEWSPAPER &amp; TABLOID</b>													
1	Radar Bekasi	x	x	x		x	x		x	x	x	x	x
2	Hannah Press		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3	Seputar Indonesia		x		x		2x	x	x	x	x	x	x
4	Bisnis Indonesia			x		x		x		x		x	x
5	Media Indonesia	x											
6	Jaman		x	x	x		2x	x	x	x	x	x	x
7	The President Post			x	x	x	x	x		x	x	x	x
8	Investor Daily		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
9	Gaya Hidup Sehat	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
10	Liburan Asyik				x								
11	Jakarta Ekspat							x	x	x	x	x	x
<b>MAGAZINE</b>													
12	Dewi	x											
13	Health & Tourism	x	x		x	x	x	x			x	x	x
14	Ayah Bunda			x			x		x				x
15	Franchise Indonesia								x		x	x	
16	Pengusaha		x				x						x
17	O'Sai	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
18	Event Guide		x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
19	Female			x				x			x		
20	Nagawana			x		x	x			x		x	x
21	Parents Guide	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
22	BUMN Track		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
23	Business Week						x	x	x		x	x	x
24	Konstruksi		x		x		x		x		x		x
25	Har World												x
26	Asian Hits		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
27	Juice		x		x	x							x
28	Area		x		x			x					x
29	Top Gear								x		x		x
30	Konstan	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x	x
31	Toddle	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
32	Plak		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
33	Bola Vegetan		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
34	Four Four Two		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
35	Cinemagz			x		x				x			x

NO	MEDIA	2011											
		JAN	FEB	MAR	APR	MAY	JUN	JUL	AUG	SEP	OCT	NOV	DEC
36	Tamasya		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
37	Go Girl			X			X		X			X	
38	You & Home					X		X		X			
39	Yuk Makan			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
40	Madin			X							X	X	
41	Family Guide			X				X					
42	Smart Living		X		X		X		X		X		X
43	Anaka			X		X		X		X		X	X
44	Karini				X								
45	Marie Claire					X	X		X		X		X
46	Divamag Indonesia							X	X	X	X	X	X
47	Hoteller Magazine							X		X			X
48	Financial Wealth Magazine								X				X
49	Venture							X				X	
50	Unearthing Asia									X			X
51	Travel Addict												
52	Zaibun												X
<b>RADIO</b>													
53	Indika FM							10x		10x			10x
54	UFM			5x		5x			5x	5x		5x	5x
55	Kiss FM							10x	10x		10x		
56	Mustang FM				10x	10x	10x						
57	Lite FM		10x	10x							10x		
58	OZ FM		10x				10x					10x	10x
59	Woman FM							10x	10x	10x			
<b>OTHERS</b>													
60	BSDKita.com												
61	Jakarta Map (Red Globe)	X											
62	Urbanesia	X	X	X									
63	SAPPEDA					X							
64	Airport TV									X	X	X	X
65	MPR RI												X