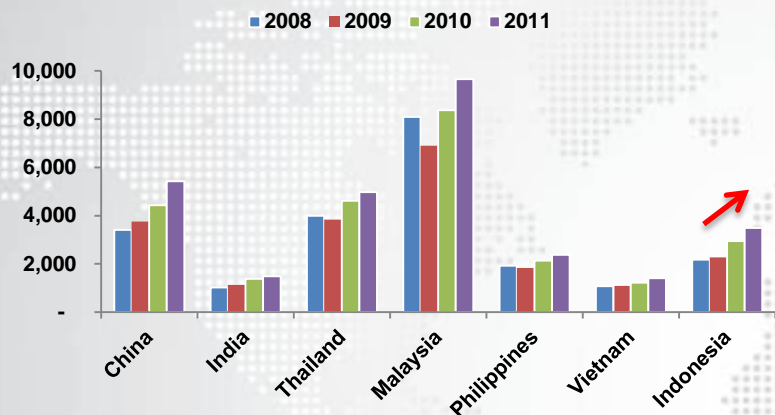




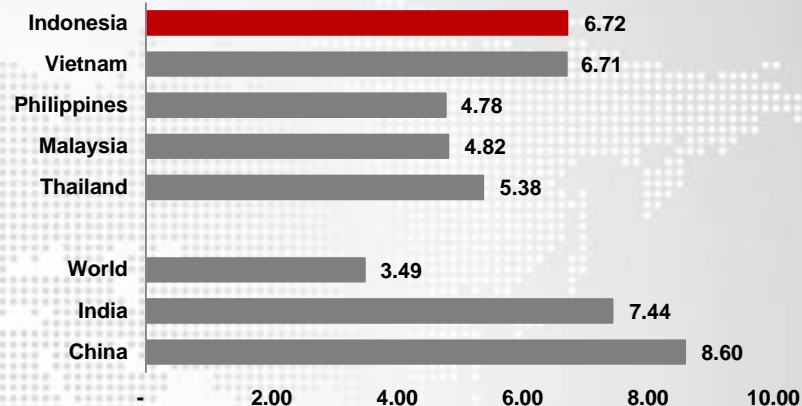
## **PT Visi Media Asia Tbk**

Indonesia's Leading Convergent Media Company

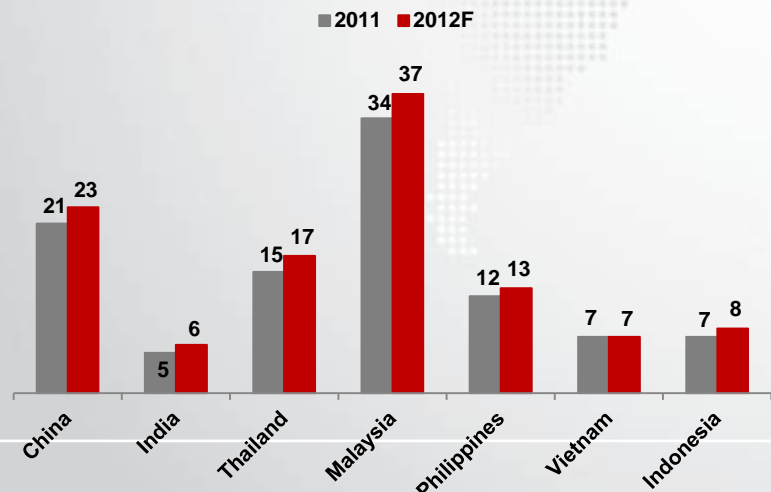
## PDB Per Kapita



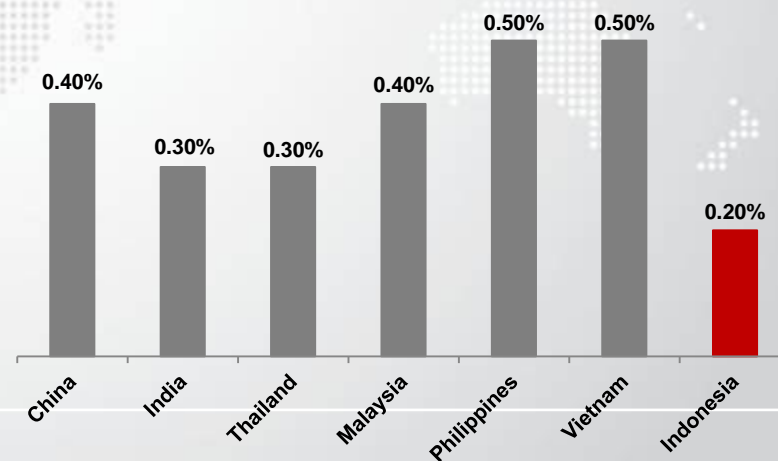
## Rata-Rata Pertumbuhan PDB (%) 2012F-2016F



## Pengeluaran Bersih Iklan per Kapita – 2011 & 2012F (USD)



## Pengeluaran Bersih Iklan dibandingkan terhadap PDB (%) – 2011



## Tingkat Investasi Indonesia

Fitch's		Risk Level	Moody's	
BBB to AAA	Low		Baa2 to Aaa	
2012	BBB-	Investment Grade	Baa3	2012
2011	BB+		Ba1	2011
2010	BB		Ba2	2010
2009	BB- - CCC		Ba3 - Caa1	
	High			

Sumber: Bloomberg, Financial Times

## BRIC akan menjadi BRICI

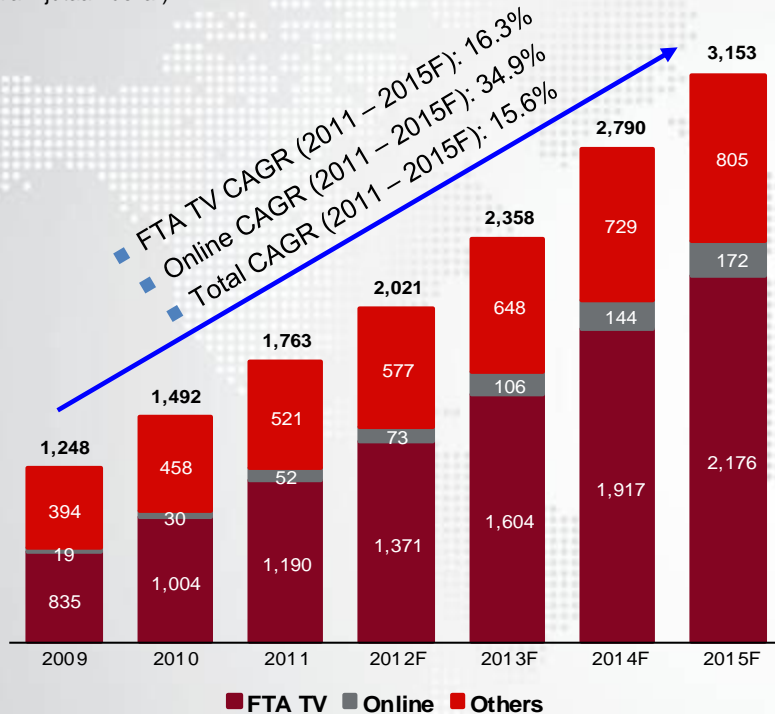
	Period	Indonesia	Brazil	Russia	India	China
Total Reserve (USD Billion)	2002	32	38	48	72	298
	2006	43	86	304	178	1,081
	2010	98	289	479	300	2,941
Equity Market Cap (USD Million)	2002	30,067	121,641	28,849	130,390	306,444
	2006	138,886	710,247	151,809	818,879	917,508
	2010	360,388	1,545,566	190,232	1,631,830	2,716,470
Average Market Return	2002	8%	-17%	3%	17%	-18%
	2006	55%	33%	42%	39%	130%
	2010	46%	1%	19%	16%	-14%
Current PE Ratio	2002	7.9	7	31.2	15.2	34.4
	2006	14.7	10.9	17.7	19.2	33.3
	2010	16.8	45.8	18.1	21.4	21.6

Sumber: World Bank; World Federation of Exchange

- 2011, FDI yang masuk ke Indonesia mencapai USD 19.5 miliar
- Indonesia saat ini dalam posisi yang sama pada saat BRIC memiliki pertumbuhan tahunan rata-rata FDI sebesar 21% selama 2006 to 2011

## Pendapatan Bersih Iklan Indonesia

(dalam jutaan dollar)



Sumber: Media Partners Asia

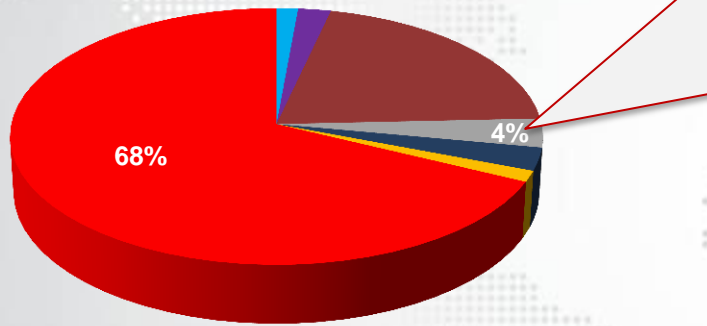
Note: (1) Includes Pay-TV, newspaper, magazine, outdoor and radio.

**Pertumbuhan ekonomi, tingkat konsumsi yang tinggi dan peningkatan jangkauan media di perkiraan akan menyebabkan pertumbuhan iklan yang pesat**

- Televisi (TV) memiliki jangkauan media yang paling luas dan menawarkan advertiser biaya iklan yang murah dibandingkan dengan media lainnya
- Di tahun 2011, TV memberikan kontribusi 68% dari total iklan media bersih, dimana sebagian besar berasal dari segmen Free to Air TV (FTA TV)
- Pendapatan iklan bersih di perkiraan tumbuh 15,6% rata-rata selama empat tahun kedepan
  - FTA TV CAGR: 16.3%
  - Online CAGR: 34.9%

**Tingkat konsumsi domestik yang kuat serta pertumbuhan PDB yang diperkirakan mencapai 7% menjanjikan pertumbuhan ADEX yang menarik di masa depan**

# Fokus pada segmen utama (FTA TV) dan yang memiliki pertumbuhan pesat (Online)

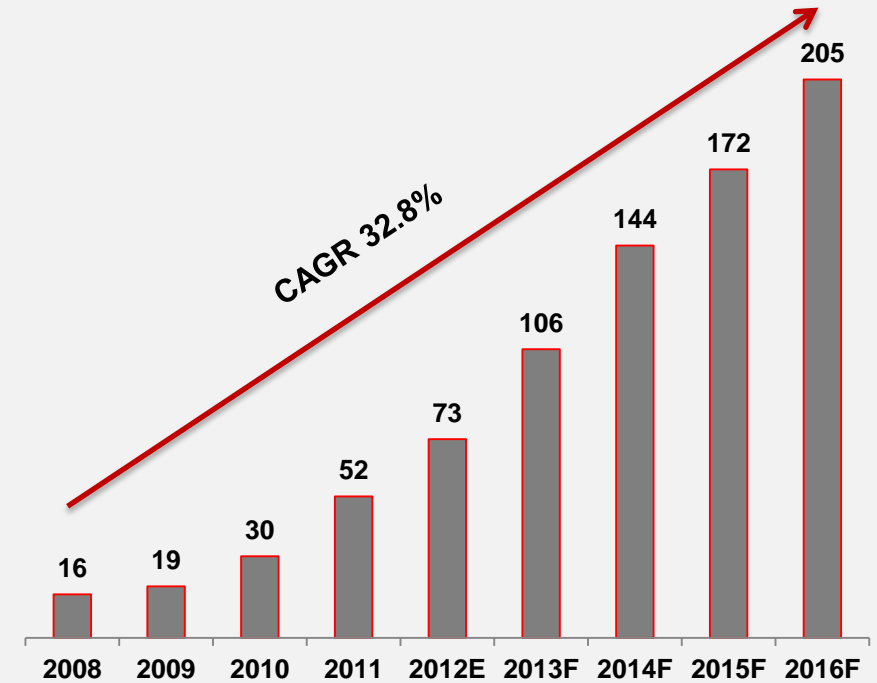


Radio OOH Newspaper Online  
Magazine Pay TV FTA TV

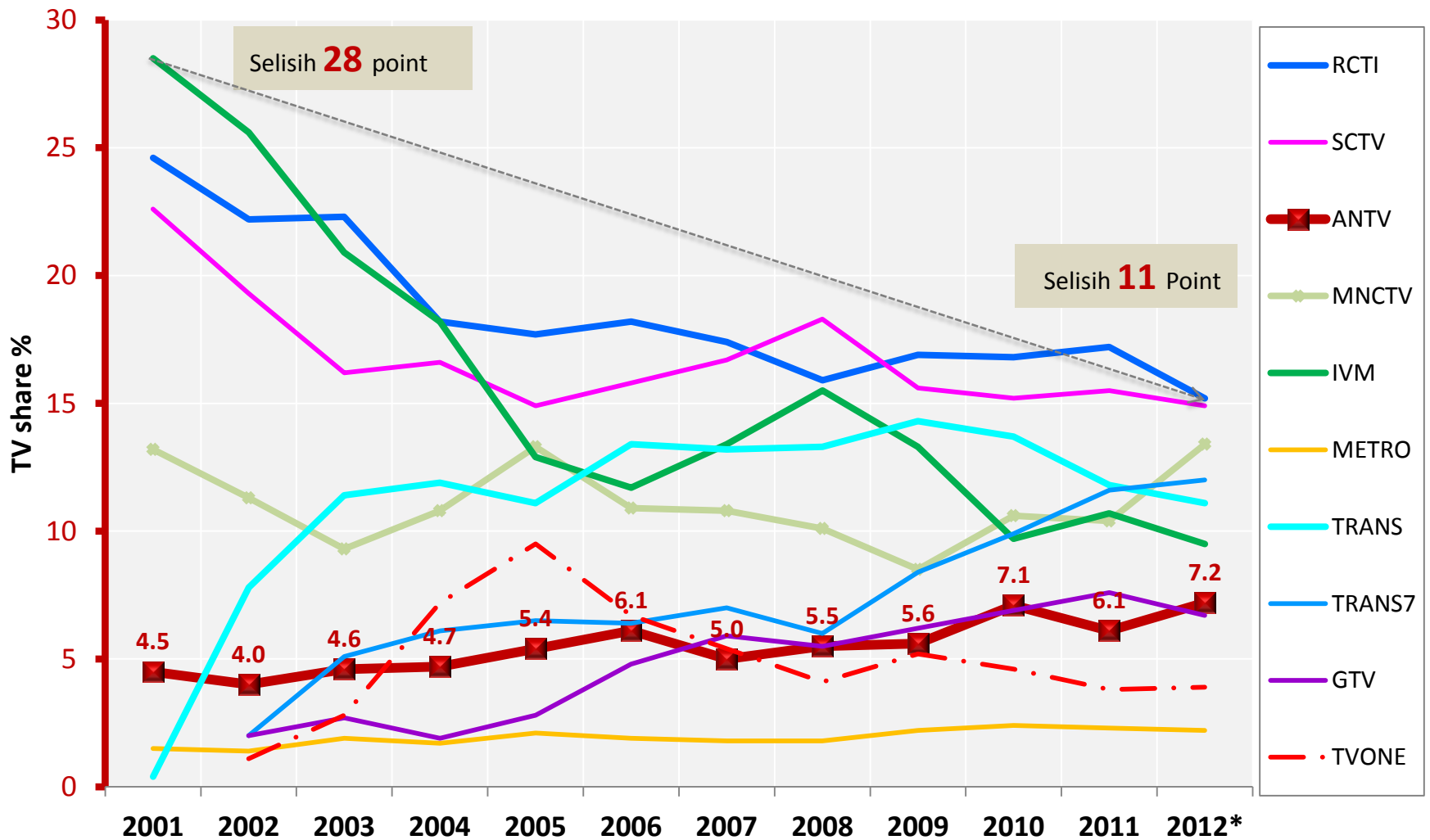
OOH – Out of Home (Outdoor)

## Belanja Iklan Bersih Online

(dalam jutaan dollar)



# Perbedaan TVS tier 1 dan tier 2 semakin mengecil



\*) Per 30-Sept-2012, sumber: Nielsen, berdasarkan target pemirsa – MF 5+ ABCD

## Kinerja 9M12 melebihi ekspektasi:

- Pendapatan tumbuh 25% YoY
- Marjin EBITDA mencapai 29,6%
- Laba bersih meningkat 289% YoY

## FIFA 2014 World Cup:

- VIVA melalui ANTV dan tvOne telah menjadi *official broadcaster* untuk siaran FTA TV
- ANTV & tvOne telah memulai proses penjualan paket iklan Piala Dunia 2014

## Digital Terrestrial Television (DTT) atau Multiplexer (Mux):

- VIVA telah mendapatkan 4 lisensi untuk daerah penyiaran DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Jawa Timur

## VIVA.co.id

- Perkembangan portal berita VIVAnews.com telah melahirkan 5 portal lainnya, sehingga diperlukan payung untuk mengatasi semua portal yang telah dikembangkan = **VIVA.co.id**



 VIVANEWS

 VIVALOG

 VIVABOLA

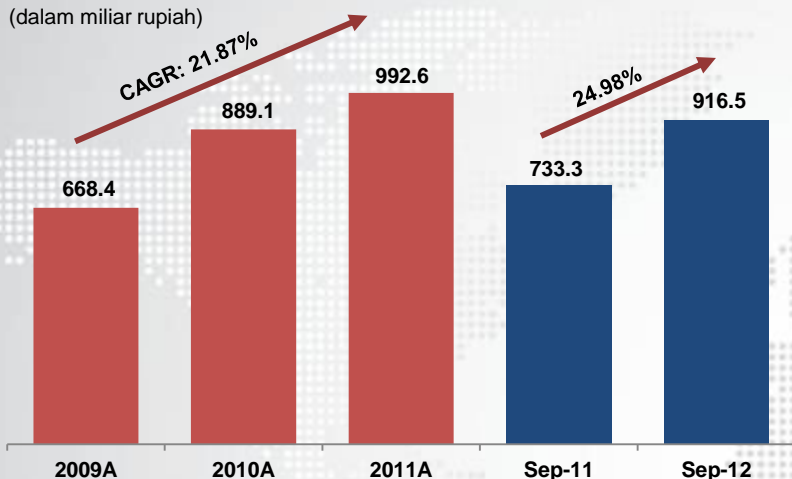
 VIVAFORUM

 VIVALIFE

 VIVASOCIO

## Revenue

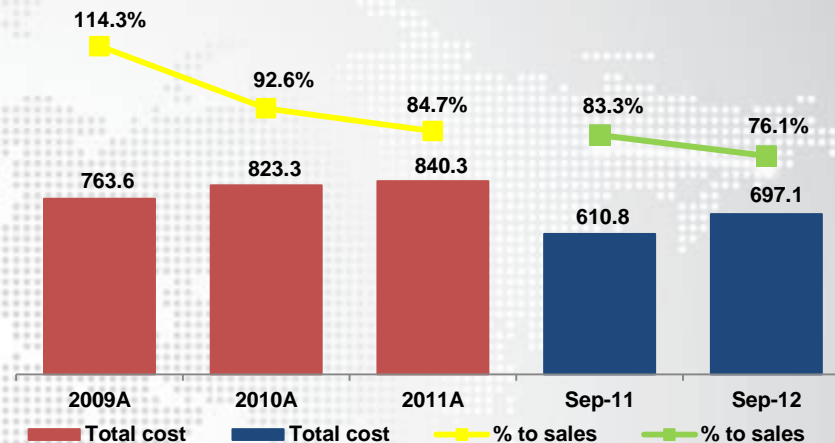
(dalam miliar rupiah)



Catatan: Kenaikan pertumbuhan industri dari Jun-11 ke Jun-12 sebesar 16,13%

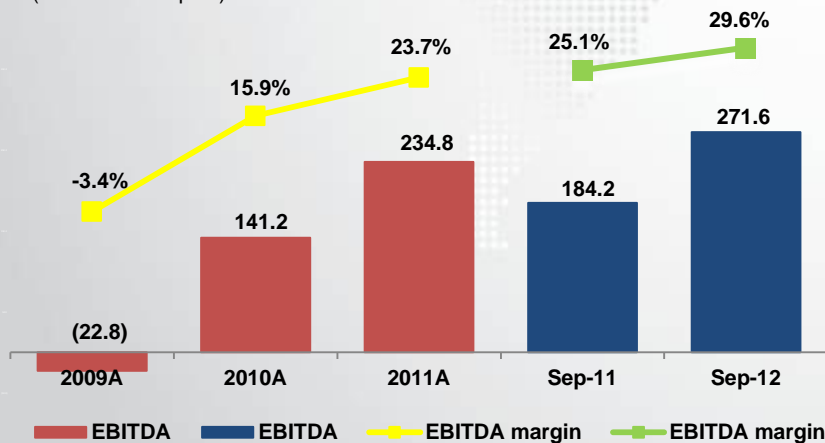
## Total Cost

(dalam miliar rupiah)



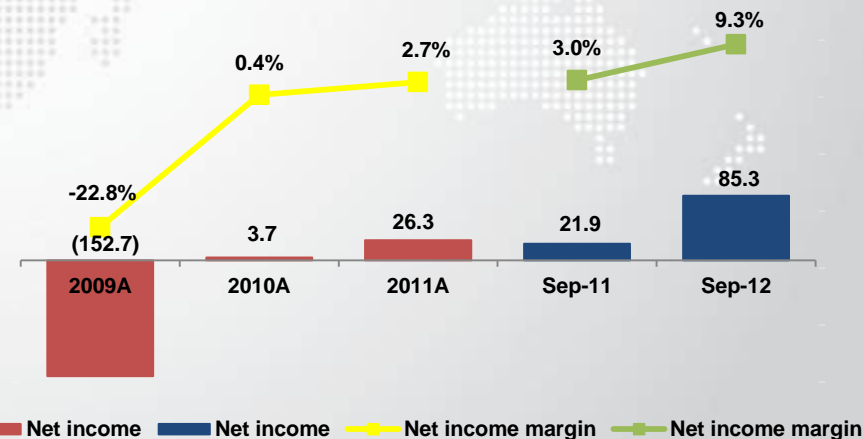
## EBITDA

(dalam miliar rupiah)



## Net Income

(dalam miliar rupiah)







**Terima Kasih**