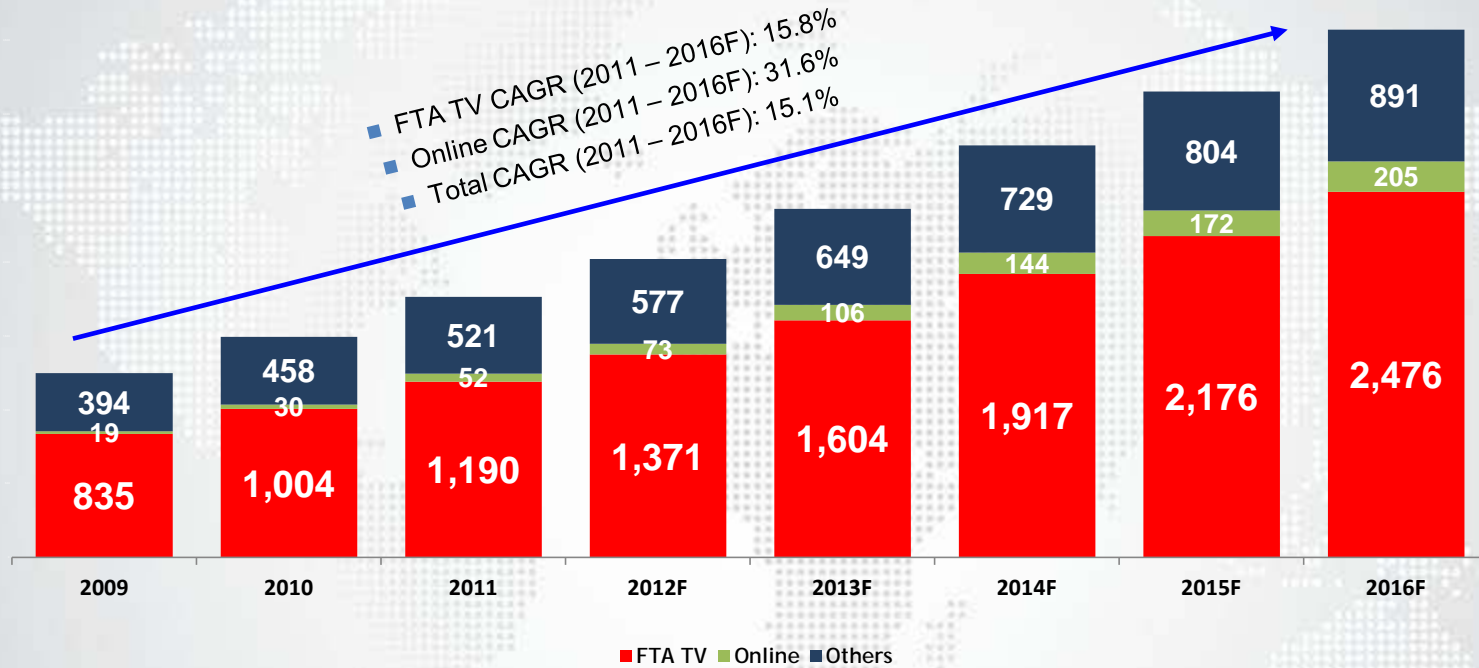




PT Visi Media Asia Tbk

Indonesia's Leading Convergent Media Company

(dalam Jutaan USD)

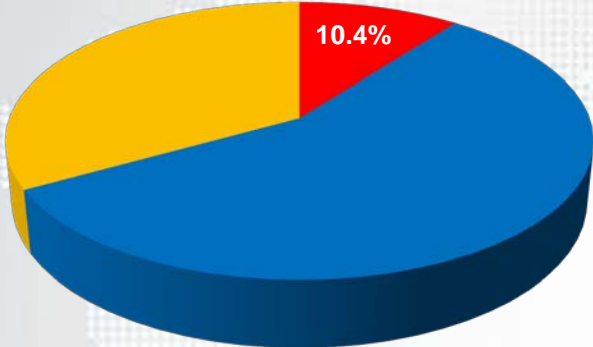


Source: Indonesia's Television Industry – The Next Five Years – Media Partners Asia 2012

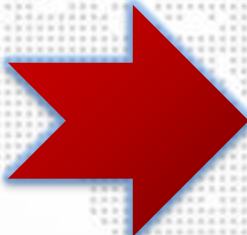
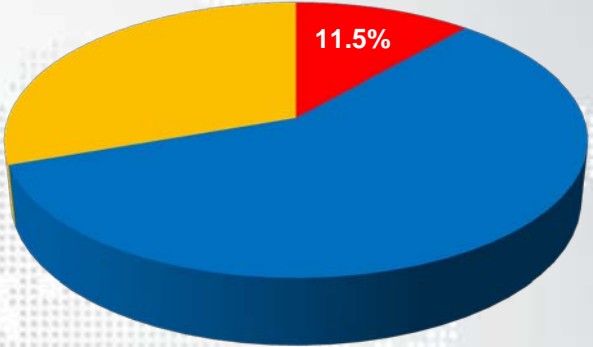
Remarks: "Others" includes Pay-TV, newspaper, magazine, outdoor and radio.

Tingkat konsumsi domestik yang kuat serta ekspektasi pertumbuhan GDP yang mencapai 6% akan menjanjikan pertumbuhan ADEX yang menarik di masa depan

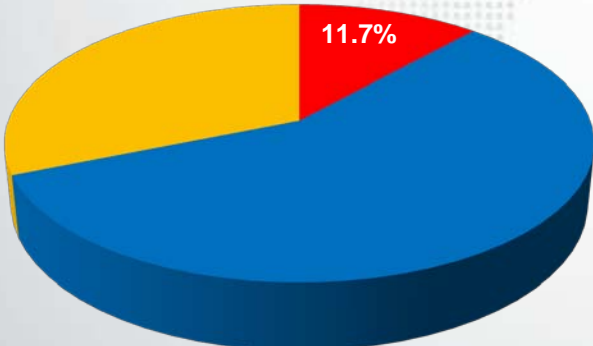
2011



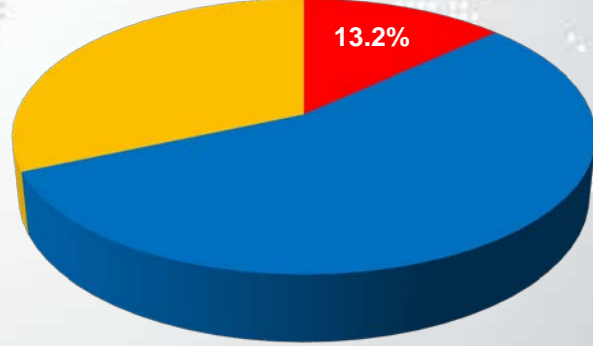
2012



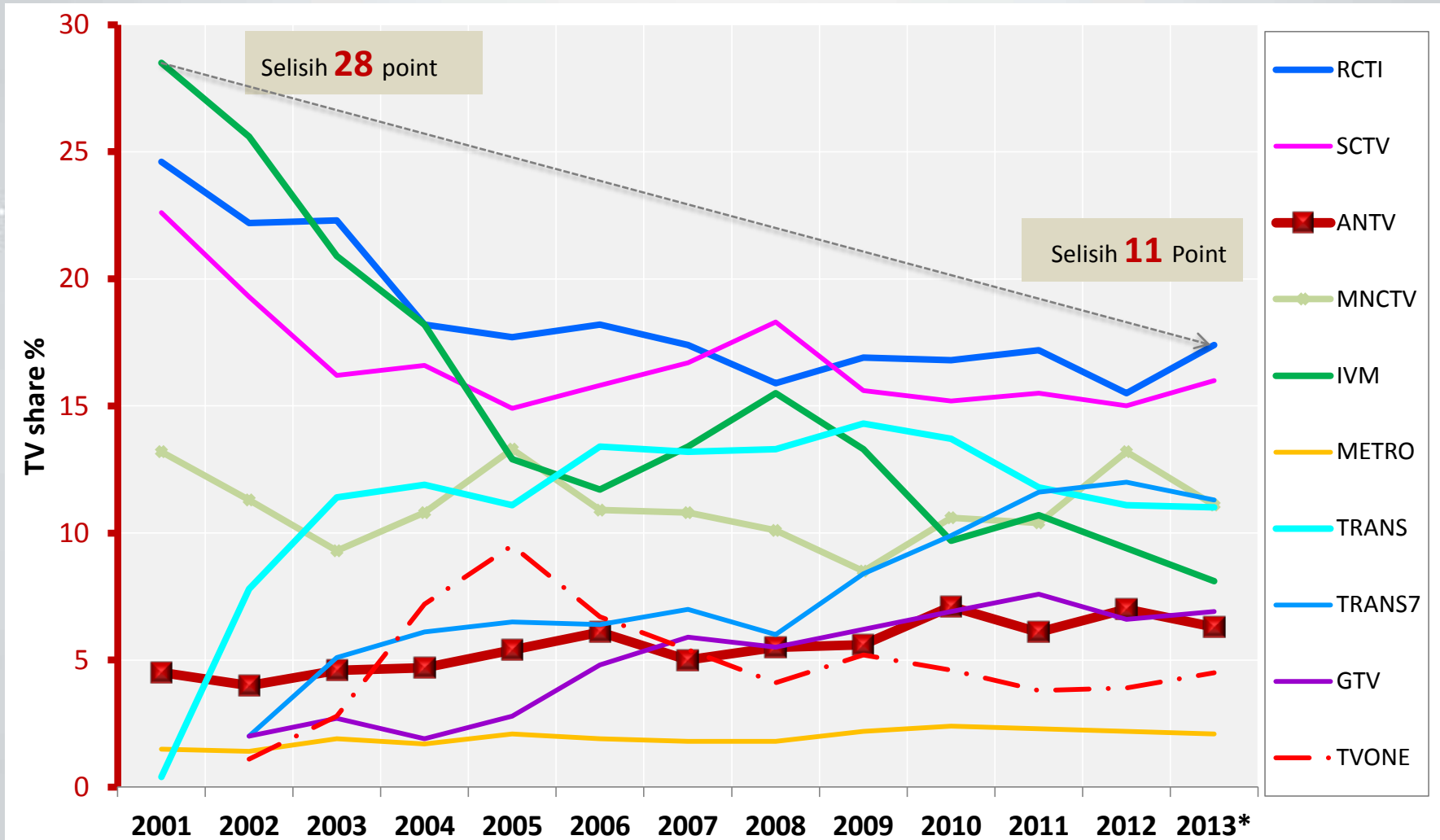
3Q12



3Q13



Perbedaan TVS tier 1 dan tier 2 semakin mengecil, sehingga industri media di Indonesia semakin kompetitif



*) Per 30-Sept-2013, sumber: Nielsen, berdasarkan target pemirsa – MF 5+ ABCD

Target Audience yang berbeda diantara ANTV dan tvOne sehingga penjualan iklan (ads) menjadi saling melengkapi (*complementary*)



Audience Profile by Index

Target Audience		VIVA		MNC			EMTEK		TRANS CORP		MEDIA
		ANTV	TVONE	RCTI	GTV	MNCTV	SCTV	IVM	TRANS	TRANS7	METRO
Gender	Female	101	90	113	98	100	113	111	106	103	94
	Male	99	110	87	102	100	87	89	94	97	106
Age	5-9	91	59	75	124	115	83	81	85	72	56
	10-14	112	69	99	121	107	137	100	112	101	63
	15-24	97	79	92	86	76	104	85	87	95	74
	25-34	100	82	96	96	99	91	100	108	106	92
	35-44	105	119	99	115	114	101	104	106	110	122
	45-54	103	130	109	87	103	99	115	97	104	137
	55+	92	180	139	84	105	89	127	108	103	169
Social Economic	SES A	77	115	79	83	51	69	63	83	95	134
	SES B	115	127	103	109	85	109	88	107	106	136
	SES C	99	95	99	99	108	101	103	102	99	90
	SES D	100	81	110	103	120	108	127	97	102	76
	SES E	99	60	122	102	121	97	119	93	86	53

Index < 100 kurang efektif
 Index > 100 lebih efektif
 Index = 100 efektif

Strategi Tiga Pilar

Micro Targeting

- tvOne: ABC 15+ dan ANTV: ABCD 5+
- Berita (Apa Kabar Indonesia), *Talk Show* (Indonesia Lawyer Club) *Komedi Show* (Pesbukers), *Variety Show* (Campur-Campur), *Reality Show* (Catatan Si Olga)

Low Cost – High Impact

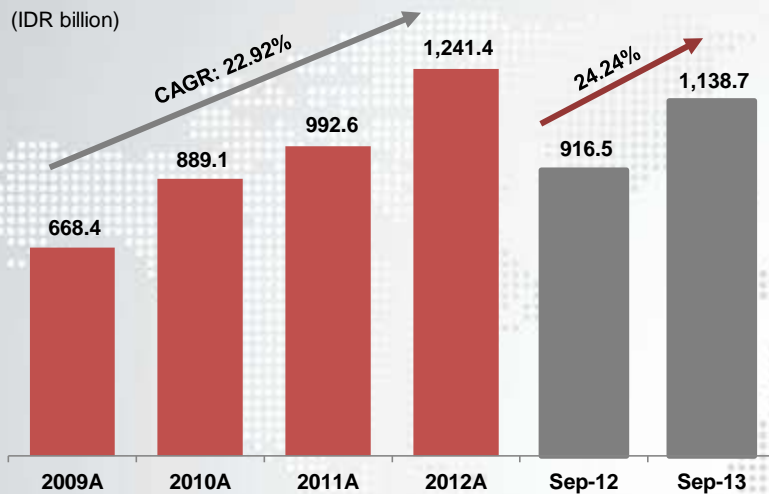
- Fokus pada produksi *in-house*
- Sinergi operasional dalam penggunaan bersama infrastruktur penyiaran dan gugus tugas penjualan dan pemasaran

Innovative Customer Experience

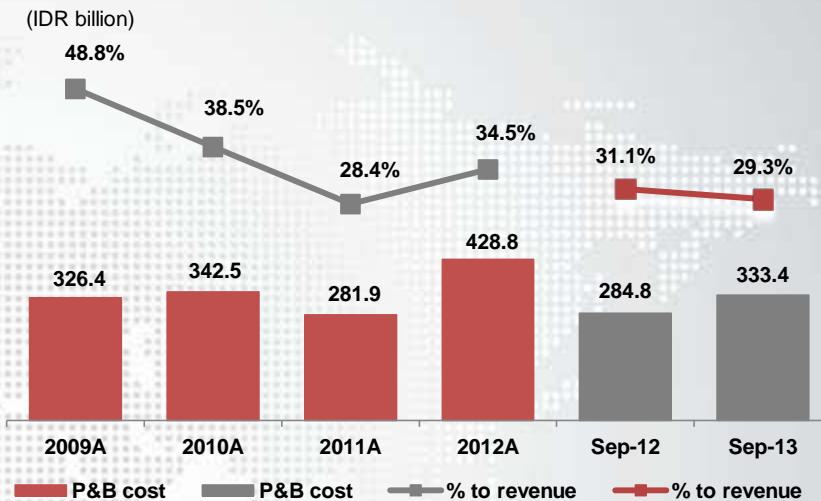
- Diseminasi konten melalui multiplatform (FTA analog, FTA digital, *Online/internet* dan OTT)

Dalam menjalankan Usahanya, Perseroan meningkatkan sinergi antar Entitas Anak dengan mengoptimalisasi aset-aset yang dimiliki

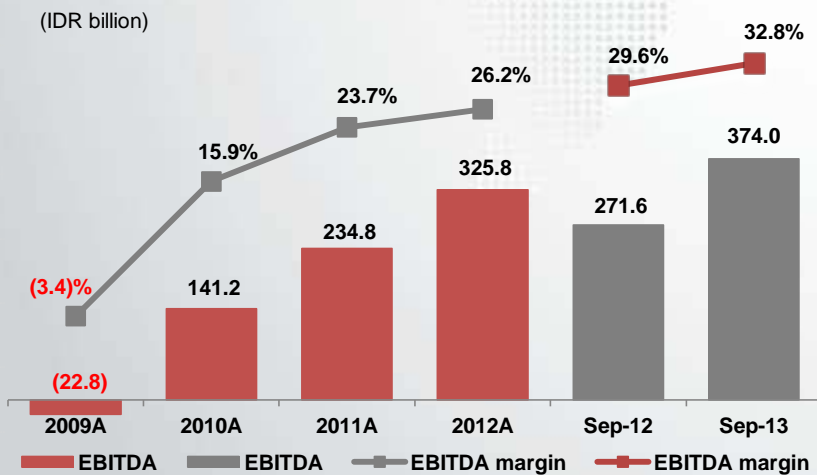
Pendapatan



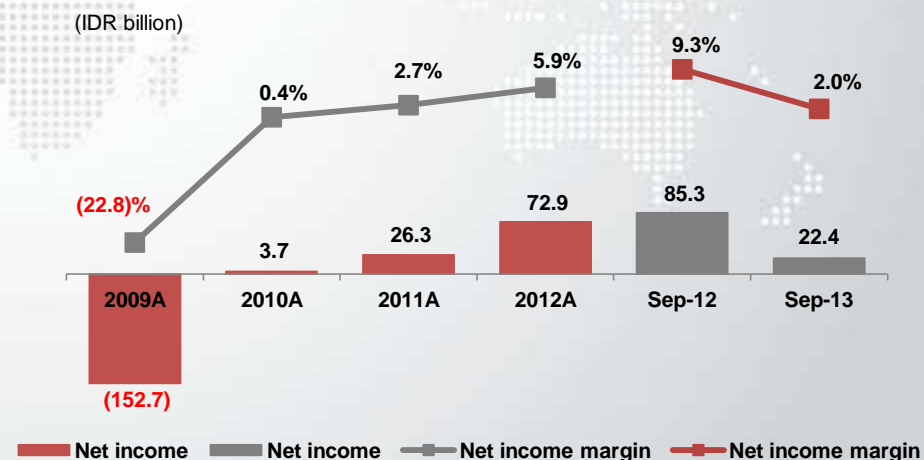
Biaya Program & Penyiaran



EBITDA



Laba Bersih



ANTV dan tvOne ditunjuk sebagai pemenang Multiplexing Operator untuk Free to Air Terrestrial Digital TV (LPPPM) di 6 propinsi utama, dan VIVA berencana untuk terus berpartisipasi dalam tender yang dilakukan oleh pemerintah untuk propinsi yang tersisa yang akan selesai ditenderkan dalam 3 tahun ke depan.



Tahun	Zona	Entitas	Wilayah Layanan	Provinsi	Status Kesiapan Infrastruktur
2012	4	tvOne	4	DKI Jakarta & Banten	Selesai
2012	5	ANTV	11	Jawa Barat	Selesai
2012	6	tvOne	8	Jawa Tengah & DI Yogyakarta	Selesai
2012	7	ANTV	10	Jawa Timur	Selesai
2013	1	ANTV	25	Sumatera Utara & Aceh	50%, selesai pada Q2 2014
2013	14	tvOne	17	Kalimantan Timur & Kalimantan Selatan	50%, selesai pada Q2 2014

- **Persiapan Penayangan Piala Dunia 2014 Brasil sedang berjalan.**
- **Penayangan program Other FIFA Events telah dilakukan selama tahun 2013, antara lain:**
 1. Kualifikasi FIFA 2014 World Cup
 2. FIFA U-20 World Cup 2013
 3. FIFA U-17 World Cup 2013
 4. FIFA Beach Soccer World Cup 2013
 5. FIFA Confederations Cup 2013
- **Penayangan program-program tersebut di atas memberikan kontribusi yang signifikan terhadap TV rating dan audience share ANTV dan tvOne**





Terima Kasih