

RISALAH
INVESTASI

- **Favorable Macro and Industry Outlook.** Indonesia merupakan negara terpadat keempat di dunia dengan lebih dari 270 juta penduduk sehingga BMTR memiliki bisnis yang menjanjikan di Indonesia dengan didukung oleh faktor-faktor:
 - a. Saat ini pasar iklan media di Indonesia merupakan pasar yang terbesar di Asia Tenggara dengan belanja iklan diperkirakan sekitar Rp259 triliun pada tahun 2021, atau naik sebesar 13% dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi tersebut ditopang oleh ekspektasi pertumbuhan PDB Indonesia sebesar 5,6% pada tahun 2022.
 - b. Potensi kenaikan signifikan untuk pertumbuhan belanja iklan karena rasio belanja iklan terhadap PDB masih dibawah 0,2%, salah satu yang terendah di Asia.
 - c. Masih terdapat peluang yang besar untuk meningkatkan pertumbuhan pasar *Pay TV* dan *high speed broadband internet* mengingat Indonesia memiliki penetrasi *Pay TV* yang rendah di Asia Tenggara yaitu sebesar 15% dan *fixed broadband* sekitar 14%.
- **Market Leader and Unrivaled Product Offering.** BMTR adalah perusahaan media Indonesia terbesar dan satu-satunya perusahaan media yang terintegrasi dengan berbagai platform sehingga memiliki peluang cross selling dengan berbagai perusahaan lain dalam MNC Group.
 - a. Melalui anak perusahaannya, yaitu MNCN adalah pemimpin dalam pasar TV FTA di Indonesia berdasarkan pangsa pemirsa dan pangsa belanja iklan. Didukung oleh 4 FTA nasional yang dimiliki (RCTI, MNCTV, GTV, dan iNewsTV), stasiun televisi MNCN memiliki pangsa pemirsa sebesar 52,2% untuk pangsa pemirsa prime time rata-rata per tahun 2021 dan 44,8% pada slot all time.
 - b. Memiliki pustaka konten terbesar di Indonesia yang terus bertumbuh didukung dengan tingginya kemampuan produksi inhouse yang terus menambah perpustakaan konten. Saat ini MNCN memiliki lebih dari 300.000 jam program dan akan meningkat kurang lebih sekitar 20.000 jam per tahun.
 - c. Memiliki Star Media Nusantara (SMN) yang merupakan perusahaan manajemen artis terbesar di Indonesia dengan 400 artis dari berbagai bidang.
 - d. Melalui anak usaha lainnya, yaitu IPTV memiliki jumlah pelanggan Pay TV terbesar di Indonesia.
- **Constantly Striving To Be Better.** BMTR memiliki dan selalu menambah sarana produksi yang penting atau penggunaan teknologi baru untuk peningkatan kinerja operasional, kualitas pelayanan, dan peningkatan kinerja bisnis untuk mempertahankan posisi sebagai pemimpin dalam industri media:
 - a. Memiliki fasilitas studio berkapasitas produksi paling lengkap dan canggih yang dipusatkan di 2 (dua) lokasi, yaitu Jakarta Barat (MNC Studio) dan Jakarta Pusat (iNews Tower).
 - b. Mengembangkan berbagai inisiatif digital dengan teknologi terdepan dalam mendistribusikan konten kepada masyarakat. Saat ini BMTR melalui anak usahanya memiliki 2 super-app dengan teknologi terdepan yaitu RCTI+ dan Vision+.
 - c. Pada Desember 2021, BMTR melalui MPI baru saja meluncurkan platform berita berbasis Artificial Intelligence (AI), bernama BuddyKu, yang baru saja dirilis ke pasar Indonesia sebagai platform portal berita.
 - d. Mengembangkan Movieland yang rencananya akan menjadi pusat Film dan Drama Series (TV&OTT) terbesar di Asia Tenggara, terintegrasi dengan berbagai fasilitas dan peralatan berstandar internasional.
- **Memiliki Tim Manajemen yang handal.** BMTR dipimpin oleh tim manajemen yang berpengalaman dengan rekam jejak yang kuat untuk mencapai keunggulan manajemen operasional maupun investasi. MNCN dan IPTV yang merupakan anak perusahaan BMTR pun dipimpin oleh manajemen berpengalaman dengan kemampuan yang terbukti secara konsisten memberikan eksekusi berkualitas.

IKHTISAR
LAPORAN
KEUANGAN
DAN
RASIO-
RASIO

(dalam Jutaan Rp, kecuali dinyatakan lain)

Keterangan	31 Maret 2022 ^{*)}	31 Desember	
		2021	2020
Jumlah Aset	34.741.219	34.795.776	32.261.560
Jumlah Liabilitas	9.735.603	10.230.049	11.477.239
Jumlah Ekuitas	25.005.616	24.565.727	20.784.321
Pendapatan	3.400.266	13.976.648	12.064.088
Beban Langsung	1.713.438	7.393.357	6.185.336
Laba Kotor	1.686.828	6.583.291	5.878.752
Laba Sebelum Pajak	806.909	3.056.846	2.224.285
Laba Bersih Tahun Berjalan	633.633	2.451.139	1.801.029
Jumlah Laba Komprehensif Tahun Perjalanan	668.154	2.399.828	1.834.859
Laba Per Saham Dasar (dalam Rupiah penuh)	20,0	84,9	59,3
Rasio Usaha			
Laba Sebelum Pajak/Pendapatan	23,73%	21,87%	18,44%
Laba Bersih Tahun Berjalan/Pendapatan	18,63%	17,54%	14,93%
Laba Bersih Tahun Berjalan/Jumlah Ekuitas	10,14%	9,98%	8,67%
Laba Bersih Tahun Berjalan/Jumlah Aset	7,30%	7,04%	5,58%
Pendapatan/Jumlah Aset	39,15%	40,17%	37,39%
Rasio Keuangan			
Aset Lancar/Liabilitas Jangka Pendek	1,47x	1,41x	1,87x
Jumlah Liabilitas/Jumlah Ekuitas	0,39x	0,42x	0,55x
Jumlah Liabilitas/Jumlah Aset	0,28x	0,29x	0,36x
Debt Service Coverage Ratio (DSCR) ^[1]	0,23x	0,83x	0,83x
Interest Service Coverage Ratio (ISCR) ^[2]	9,80x	6,66x	3,88x
Rasio Pertumbuhan			
Pendapatan	3,74%	15,85%	-6,74%
Laba Bersih Tahun Berjalan	59,74%	36,10%	-22,28%
Jumlah Aset	-0,16%	7,86%	6,99%
Jumlah Liabilitas	-4,83%	-10,86%	-10,22%
Jumlah Ekuitas	1,79%	18,19%	19,65%

Catatan :

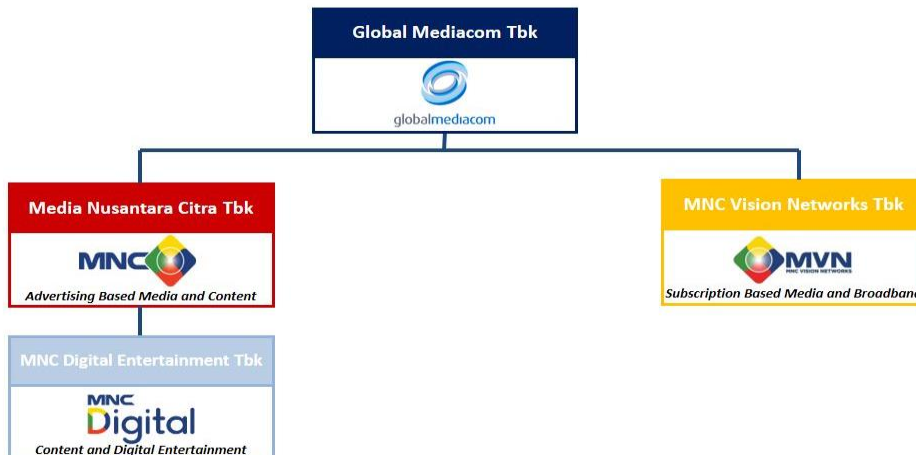
[1] DSCR= EBITDA terhadap bunga pinjaman dan pokok pinjaman yang akan jatuh tempo dalam waktu 1 tahun

[2] ISCR= EBITDA terhadap beban bunga

*) Unaudited Laporan Keuangan 31 Maret 2022

PROFIL
PERSEROAN

A. Struktur Perseroan

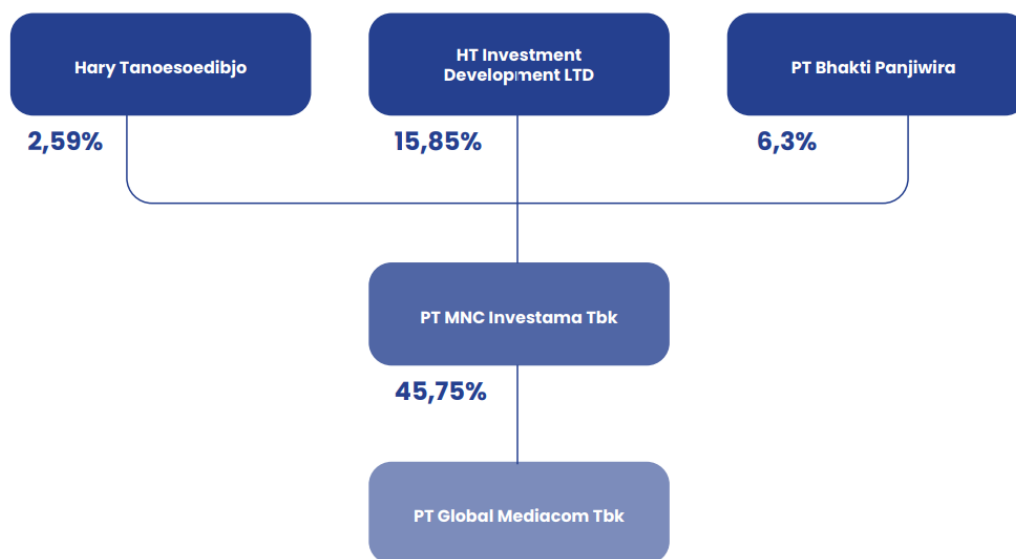


B. Susunan Direksi dan Dewan Komisaris

Susunan Dewan Komisaris		
Komisaris Utama	:	Rosano Barack
Komisaris Independen	:	Dr. Mohamed Idwan Ganie
Komisaris Independen	:	John Aristianto
Komisaris Independen	:	Beti Puspitasari Santoso
Susunan Direksi		
Direktur Utama	:	Hary Tanoesoedibjo
Direktur	:	Ruby Panjaitan
Direktur	:	Syafril Nasution
Direktur	:	Christophorus Taufik Siswandi
Direktur	:	Indra Pudjiastuti

C. Susunan Kepemilikan Saham Perseroan

Berdasarkan Akta No. 51 Tanggal 20 Mei 2015 Junctis Akta No. 21 Tanggal 9 Oktober 2020 dan Laporan Bulanan Registrasi Pemegang Efek Perseroan per 31 Maret 2022 yang dikeluarkan oleh PT BSR Indonesia selaku Biro Administrasi Efek Perseroan, struktur permodalan dan susunan pemegang saham Perseroan per 31 Maret 2022 adalah sebagai berikut:



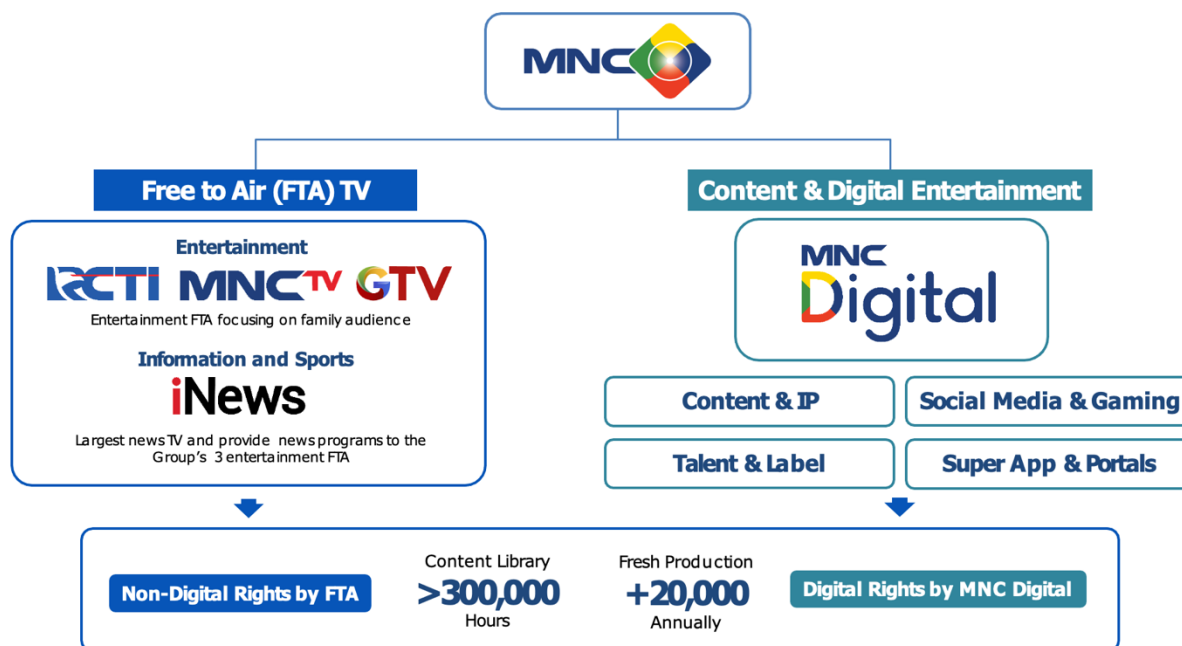
Nama Pemegang Saham	Jumlah Saham	Persentase Kepemilikan	Jumlah Modal Disetor (Rp juta)
PT. MNC Investama Tbk	7.480.817.500	45,75%	748.082
Hary Tanoesoedibjo (Direktur Utama)	31.226.040	0,19%	3.123
Ruby Panjaitan (Direktur)	150.000	0,00%	15
Indra Pudjiastuti (Direktur)	20.000.000	0,12%	2.000
Rosano Barack (Komisaris Utama)	31.038.500	0,19%	3.104
Drs. Lo Kheng Hong	1.055.530.700	6,45%	105.553
Masyarakat dan koperasi	7.733.749.346	47,30%	773.374
Jumlah saham beredar	16.352.512.086	100,00%	1.635.251
Saham diperoleh kembali	231.485.500		23.149
Jumlah saham yang diterbitkan	16.583.997.586		1.658.400

D. Kegiatan Usaha

Mayoritas pendapatan Perseroan dikontribusikan oleh dua lini bisnis utama, yaitu (i) bisnis media berbasis iklan dan konten yang dikelola oleh MNCN dan (ii) bisnis media berbasis pelanggan yang dikelola oleh IPTV dengan kontribusi pendapatan bagi Perseroan masing-masing sebesar 76,60% dan 20,26% per 31 Maret 2022.

A. Bisnis Media Berbasis Iklan dan Konten melalui MNCN

MNCN adalah grup perusahaan media terintegrasi di Asia Tenggara dengan operasional mencakup 4 saluran televisi *Free-To-Air* (FTA) nasional, produksi & distribusi konten termasuk rumah produksi, manajemen artis, dan manajemen media sosial termasuk *multi-channel networks*, serta layanan *digital entertainment* melalui 2 (dua) platform *Superapp* dan 7 portal *online*.



A. Free-To-Air TV (FTA TV)

MNCN memiliki dan mengoperasikan 4 FTA nasional di Indonesia, yaitu RCTI, MNCTV, GTV dan iNews. Kegiatan produksi 4 FTA nasional tersebut didukung dengan fasilitas studio canggih yang dipusatkan di 2 (dua) lokasi, (i) di Jakarta Barat, MNC Studios melayani stasiun TV berbasis hiburan seperti RCTI, MNCTV dan GTV (ii) di Jakarta Pusat, iNews Tower melayani kebutuhan platform berita terintegrasi MNC Group. MNCN juga mendapatkan penghasilan dari penayangan konten-konten berita dan infotainment yang diunggah secara online ke dalam platform media sosial. Per tahun 2021, akun media sosial yang dimiliki oleh MNC memiliki total sekitar 441 juta *subscribers/followers* dan ditonton sekitar 54 miliar *views*.

- RCTI**
 RCTI saat ini merupakan stasiun TV Free-to-Air (FTA) yang paling banyak ditonton dengan jangkauan siaran yang paling luas di Indonesia. Pada 2021, RCTI menunjukkan kinerja yang luar biasa bagus dengan membukukan pangsa pemirsa prime time 52,2% sementara pangsa pemirsa all time mencapai 44,8% berdasarkan Nielsen periode Average 2021. Prestasi unggul RCTI ini dapat diatribusikan pada produksi sinetron-sinetron in-house terbaik, antara lain “Ikatan Cinta”, “Amanah Wali 4”, “Amanah Wali 5”, “Putri untuk Pangeran”, dan “Preman Pensiun 5”. Program pencarian bakat “X Factor Indonesia” juga berhasil memiliki performa yang tinggi dengan meraup rata-rata pangsa pemirsa 22,2% berdasarkan Nielsen.
- MNCTV**
 MNCTV adalah stasiun televisi FTA nasional yang melayani segmen demografi yang luas dengan menayangkan berbagai sinetron keluarga, animasi, program olahraga, dan *variety show*. Pada tahun 2021, rata-rata pangsa pemirsa all time MNCTV mencapai 10,6%, dengan pangsa pemirsa prime time sebesar 8,8% berdasarkan Nielsen. MNCTV telah menjadi salah satu stasiun FTA Indonesia dengan pertumbuhan tercepat yang didukung oleh deretan program serial drama dan animasi yang baik.
- GTV**
 GTV (sebelumnya dikenal dengan GlobalTV) adalah jaringan FTA Nasional dengan target demografi keluarga muda dan modern. Pada 2021, pangsa pemirsa all time rata-rata GTV mencapai 7,2% berdasarkan Nielsen. Selanjutnya pada tahun 2020, GTV memproduksi program pencarian bakat yang berfokus pada kompetisi E- Sports bertajuk “E-sports Star Indonesia”, yang merupakan pertama di Indonesia. GTV menindaklanjuti kesuksesan program tersebut dengan menayangkan program penghargaan E-Sports, bernama “Esports Awards 2020”.

- **iNews**

Sebagai salah satu stasiun TV berita terkemuka di Indonesia, iNews menawarkan program-program acara yang memikat dengan terus mempertahankan efisiensi operasional. Demi meningkatkan rating dan viewership, iNews saat ini menyediakan programnya untuk ditayangkan di portofolio FTA hiburan milik MNCN, yaitu RCTI, MNCTV dan GTV. Dengan menyajikan program faktual dan olahraga terkini kepada pemirsa Indonesia, iNews adalah satu-satunya TV berita yang menjangkau pemirsa di platform TV lain.

B. Content - IP

Bisnis konten merupakan bisnis inti MNCN. Sampai akhir Desember 2021, MNCN memiliki pustaka konten terbesar di Indonesia dengan lebih dari 300.000 jam program dan terus bertumbuh lebih dari 20.000 jam setiap tahunnya. Pustaka konten ini sangat berpotensi menjadi sumber pendapatan bagi MNCN. Konten dan IP di dalamnya dapat dijual kembali dengan lisensi untuk platform distribusi lain baik di Indonesia maupun di luar negeri. MNCN juga telah sukses mempacketkan ulang kembali pustaka konten dalam bentuk saluran program khusus dengan fokus program yang berbeda yang disiarkan secara eksklusif melalui layanan TV berlangganan milik MNC Group. Selain itu juga pustaka konten ini dimonetisasi melalui lisensi platform media sosial.

- **Rumah Produksi**

MNC Pictures

Sejak didirikan pada tahun 2007, setiap tahun MNC Pictures (MNCP) telah memproduksi sekitar 3.000 jam konten drama, yang terdiri dari serial drama, FTV dan sitkom, yang ditayangkan di TV FTA PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN). MNCP memiliki kapasitas produksi yang mewakili hampir 40% dari seluruh konten drama Indonesia. MNCP juga memproduksi serial web dan produksi konten orisinal yang didistribusikan melalui platform OTT dan media sosial yang membidik generasi milenials.

MNCP memproduksi banyak sinetron unggulan, seperti “Ikatan Cinta”, “Preman Pensiun 5”, “Putri untuk Pangeran”, “Amanah Wali 4”, and “Amanah Wali 5”, dimana seluruh program ini menjadi top 5 program serial drama terbaik sepanjang tahun 2021.

Selain memproduksi konten untuk FTA TV milik MNC Group, MNC Pictures juga memproduksi film-film Indonesia yang berkualitas di bioskop.

MNC Animation

MNC Animation (MNCA) didirikan pada Mei 2011. MNCA berfokus pada pengembangan IP menjadi produksi animasi dan bisnis terkait IP. MNCA telah menyelesaikan beberapa serial animasi seperti Entong season 1 & 2, KIKO pre-season, season 1 & 2 dan juga film teatrical, seperti Titus - Mystery of the Engyma dan KIKO in the Deep Sea.

KIKO telah mempertahankan statusnya sebagai serial animasi lokal paling populer di Indonesia dan mendapatkan respon yang luar biasa dari berbagai wilayah di pasar internasional. Setelah debutnya di TV pada tahun 2016, KIKO telah mendapat pengakuan dari industri dengan memenangkan Penghargaan Gobel Panasonic 2016 untuk “Best Children’s Animation”. KIKO juga meraih status pemenang sebagai program “Favorite Local Children Animation” pada Indonesian Television Awards pada tahun 2017 dan 2018 sebelum dinyatakan kembali untuk kedua kalinya pada Panasonic Gobel Award pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, KIKO membawa pulang gelar “Best Children’s Program”, sebagai pemenang regional di Asian Academy Creative Awards, dan juga dinominasikan sebagai “Best 3D Animated Program”. Pada tahun 2020, KIKO kembali memenangkan “Best Animated Programme or Series (2D or 3D)” regional di Asian Academy Creative Awards.

KIKO telah disiarkan di 52 negara melalui Zoomoo Channel pada tahun 2019. Serial animasi ini ditayangkan juga di seluruh negara Asia Tenggara, melalui Disney XD (SEA) dan Netflix (SEA) pada tahun 2020. Diawal tahun 2021, serial animasi KIKO juga mulai ditayangkan di Roku Channel (AS), dan saat ini KIKO telah ditayangkan di 63 negara, di Amerika Serikat, Asia Tenggara, Korea, Inggris, Amerika Latin, Afrika, dan Timur Tengah.

Pada Januari 2020, MNCA merilis film animasi teatral pertama yang berjudul "TITUS - Mystery of the Enigma" di bioskop Indonesia dan pada bulan November, "TITUS - Mystery of the Enigma" telah tersedia untuk penonton di Asia Tenggara melalui Netflix (SEA).

MNC Animation memperkenalkan Serial TV Animasi 3D berjudul "Bima S" yang tayang perdana pada bulan Oktober 2020, yang memperoleh kinerja luar biasa dengan mencatatkan pangsa pemirsa sebesar 15,6% di RCTI.

Pada tahun 2021, konten/IP MNCA memenangkan berbagai penghargaan, seperti IDA Awards 2021 untuk gamenya KIKO Run sebagai "Game Favorit", Academy Creative Awards 2021 (Regional) untuk Seri Animasi BIMA S sebagai "Program atau Seri Animasi Terbaik (2D atau 3D)", dan Maya 9 Awards untuk Titus - Misteri Enigma sebagai "Film Animasi Unggulan Terpilih". MNCA saat ini sedang dalam tahap pengembangan IP baru, yaitu "Titus Series", "Dinda & Novi", "Hedgehogs", "Azrai", dan "Sinbad".

Starpo

Sebagai rumah produksi, Starpro memproduksi berita dari dunia hiburan (infotainment) untuk MNC Group FTA TV (RCTI, MNCTV, GTV dan iNews) dan saluran infotainment pada platform TV berlangganan. Starpro, yang memproduksi 1.508 jam konten infotainment pada 2021, menjadi produsen infotainment paling produktif dengan pangsa pasar sebesar 31%. Starpro menghasilkan beragam program seperti Go Spot, Barista, Obsesi, Seleb on News, Mom & Kids, and Follow+ Seleb.

Asia Media Productions

Asia Media Productions (AMP) adalah perusahaan joint venture antara PT MNC Studio International Tbk dan Triwarsana. Rumah produksi tersebut saat ini menjadi penyedia konten reality independen terbesar di Indonesia. Pada tahun 2021, AMP telah memproduksi 787 jam program reality yang mewakili 48% pangsa pasar. Sejak didirikan pada tahun 2018, AMP telah memproduksi berbagai program reality terbaik, seperti Bedah Rumah, Uang Kaget, Uang Kaget Reborn, Hati Sang Bidadari, Minta Tolong, ASAL (asli atau palsu), dan banyak lagi.

- **Star Media Nusantara**

Sebagai perusahaan manajemen artis terbesar di Indonesia, Star Media Nusantara (SMN) memiliki sekitar 400 artis dengan kontrak eksklusif dari berbagai genre seperti penyanyi, presenter, aktor, aktris, komedian, chef, magician dan influencer. SMN merupakan manajemen artis resmi untuk semua program pencarian bakat MNC Group seperti Indonesian Idol, Indonesian Idol Junior, X-Factor, The Voice, The Voice Kids, Raising Star, KDI, Master Chef Indonesia, Miss Indonesia, dan lain-nya. Selain itu, SMN juga memiliki records label bernama Hits Records (pop) & Swara Bintang (dangdut & melayu), unit publishing bernama Swara Cipta Musikindo, dan juga multi-channel networks (MCN) bernama StarHits

- **Movieland**

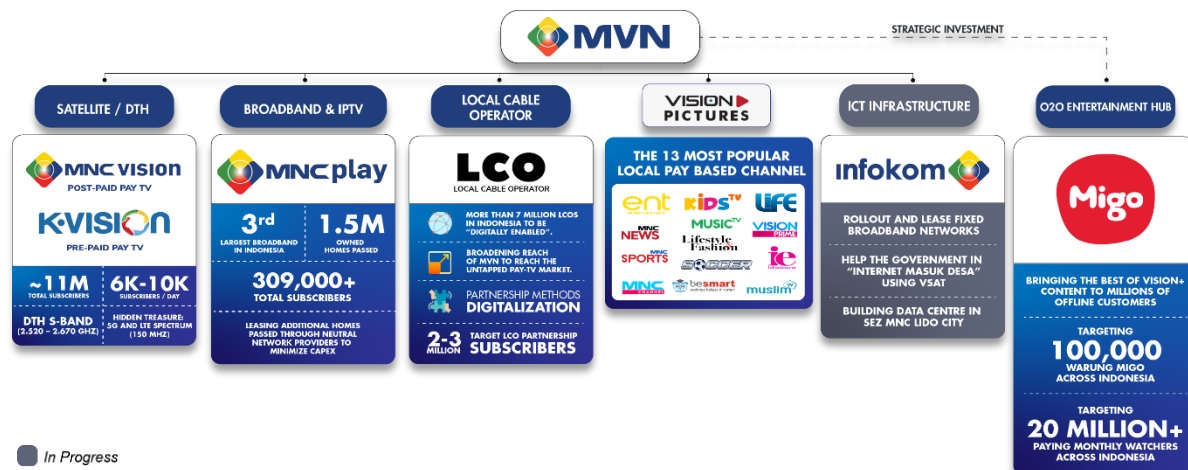
Pembangunan Movieland telah dimulai di kawasan MNC Lido City, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Proyek yang mengusung konsep *one stop facility* industri film dan serial drama terintegrasi ini akan dilengkapi dengan berbagai fasilitas produksi seperti lokasi pengambilan gambar, peralatan dengan teknologi kelas dunia, mulai dari kamera, *audio* hingga peralatan canggih lainnya untuk mendukung pasca- proses produksi. Pendirian Movieland memungkinkan Perseroan untuk meningkatkan kemampuan produksi kontennya, serta peningkatan kualitas tayangan yang baik.

C. Digital

- Layanan Media Over The Top (OTT)**
 - RCTI+, adalah sebuah AVOD superapp terbesar di tahun 2021. Aplikasi ini terdiri dari 5 kategori konten yang meliputi layanan video (streaming, video on demand, dan konten kreatif lainnya), agregator berita, konten audio (audio series, audio book, podcast dan agregator radio), kompetisi UGC talent search, dan musik. Hingga Desember 2021, RCTI + telah mengumpulkan lebih dari 63.8 juta pengguna aktif bulanan.
 - Vision+, adalah sebuah SVOD Superapp dengan pertumbuhan terpesat di tahun 2021 yang memberikan pengguna akses ke lebih dari 18.000 jam konten video on demand eksklusif, lebih dari 100 saluran linear premium lokal dan internasional, dan konten orisinal yang diproduksi oleh Vision Pictures. Selain itu Vision+ juga menyediakan lebih dari 74 game untuk meningkatkan traffic & engagement dan juga konten UGC, melalui Klaklik bagi penggunaannya. Hingga Desember 2021, Vision+ telah memiliki lebih dari 45.7 juta pengguna aktif bulanan dan 2.1 juta pelanggan berbayar.
- MNC Portal Indonesia**

MNC Portal Indonesia memiliki dan mengoperasikan 7 portal online, yaitu okezone.com (portal yang memberikan informasi dan berita tercepat dan terakurat), sindonews.com (portal yang memberikan informasi/berita mendalam), iNews.id (portal yang memberikan informasi mengenai berita nasional dan regional), idxchannels.com (memberikan informasi mengenai ekonomi, bisnis, keuangan dan pasar modal), celebrities.id (informasi/berita entertainment) dan sportstars.id (informasi/berita mengenai olahraga). Portal online ini telah memperoleh pengguna aktif bulanan secara kolektif sekitar 80 juta. Pada bulan Desember 2021, MPI baru saja meluncurkan platform berita berbasis (AI), bernama Buddyku, yang baru saja dirilis ke pasar Indonesia sebagai platform portal berita, dimana konten yang dimuat dapat berasal dari MPI, publisher lain, dan konten yang dihasilkan oleh pengguna atau user.

B. Bisnis Media Berbasis Pelanggan melalui IPTV



IPTV merupakan bagian dari bisnis media MNC Group. IPTV merupakan perusahaan publik sejak Juli 2019 dengan kode saham IPTV. Bisnis utama IPTV terdiri dari TV Berlangganan DTH pascabayar ("MNC Vision") dan TV berlangganan DTH prabayar ("K-Vision"), layanan Fixed Broadband dan TV Berlangganan berbasis Fiber Optic ("MNC Play"), dan produksi channel / konten. Adapun lini usaha Entitas Anak IPTV adalah sebagai berikut:

STRATEGI
USAHA**a. Jasa penyedia layanan *postpaid* televisi berbayar melalui PT MNC Sky Vision Tbk (MNC Vision)**

MNC Vision merupakan penyedia layanan TV berlangganan pasca bayar di Indonesia dengan 1,6 juta pelanggan. Prestasi ini menunjukkan pencapaian yang luar biasa mengingat ekonomi Indonesia yang berfluktuasi, peningkatan pembajakan video, dan persaingan sengit di antara operator TV berbayar lokal. MNC Vision juga merupakan distributor berlisensi siaran televisi berlangganan melalui satelit pertama di Indonesia. Pada tahun 1998, Perusahaan memelopori penyiaran digital, melalui satelit Indostar-I, dengan menghadirkan Indovision sebagai produk TV berbasis berlangganan. Saat ini mengoperasikan satelit Indostar-I menggunakan frekuensi satelit S-band, yang dianggap terbaik di kelasnya.

b. Jasa penyediaan layanan prabayar televisi berbayar melalui PT Digital Vision Nusantara (K-Vision)

K-Vision merupakan TV berbayar di Indonesia, yang melayani segmen pasar menengah ke bawah yang membutuhkan kualitas lebih baik dan pilihan saluran FTA yang beragam (FTA Indonesia lokal dan FTA internasional). K-Vision diakuisi oleh MNC Group pada Juli 2019 dan saat ini merupakan perusahaan DTH prabayar terbesar dengan tingkat pertumbuhan tercepat yang mencapai lebih dari 8 juta pelanggan di Indonesia. Secara konsisten K-Vision telah mendapatkan 6.000 – 10.000 pelanggan baru setiap harinya.

c. Jasa penyedia layanan internet *broadband* dan televisi berbayar berbasis Fiber Optik melalui PT MNC Kabel Mediakom (MNC Play)

MNC Play fokus pada layanan jaringan berbasis fiber yang memanfaatkan teknologi Fiber-to-the-Home (FTTH) terbaru. MNC Play menyediakan layanan terintegrasi yang terdiri dari: internet Kecepatan Tinggi dengan kecepatan 1.000 Mbps, mendukung kecepatan jaringan hingga 10 Gbps, layanan IPTV dengan saluran HD untuk fitur-fitur interaktif, seperti TV *on Demand* (TVOD), dan saluran siaran ulang (*catch up TV*). Pada tahun 2021, MNC Play telah menjadi perusahaan IPTV dan Broadband terbesar ketiga di Indonesia dengan penggunaan 1,5 juta kabel fiber optik dan sekitar 300.000 pelanggan berdasarkan data internal BMTR.

d. Kemitraan dengan Operator Kabel Lokal melalui lisensi konten

Demi menembus pasar TV berlangganan di kota-kota tier 2 dan tier 3 di Indonesia, IPTV telah melakukan beberapa pendekatan untuk bermitra dengan Operator Kabel Lokal (LCO) melalui lisensi konten kepada operator tersebut.

e. Jasa penyedia Pay Channel dan Content Production melalui Vision Pictures

Vision Pictures merupakan rumah produksi konten inhouse yang didedikasikan secara eksklusif untuk IPTV. Vision Pictures memproduksi 13 saluran berlangganan dari berbagai genre, dan telah berhasil memperoleh pangsa pemirsa TV berlangganan sebesar 26%.

f. Jasa penyiaran konten digital melalui Migo

Migo adalah platform distribusi konten disruptif yang didirikan oleh inventor E Ink, Barrett Comiskey dan didukung oleh Temasek dan Co-Founder YouTube. Migo diluncurkan di Indonesia pada tahun 2020 dan memungkinkan pelanggan untuk dapat mendownload konten hiburan, pendidikan, produk keuangan, dan layanan gaya hidup digital lainnya di Warung Migo yang tersebar di pulau Jawa sehingga konten tersebut dapat tersimpan di HP dan ditonton secara offline.

Strategi umum BMTR adalah sebagai berikut:

- a. Mempertahankan posisi sebagai pemimpin dalam industri media.
- b. Memelihara pertumbuhan jangka panjang melalui kombinasi dari pertumbuhan organik dan akuisisi dari kegiatan usaha baru khususnya pada bidang digital yang saat ini memiliki tingkat pertumbuhan yang sangat pesat.
- c. Mengoptimalkan pendapatan dan mengatur pengeluaran biaya demi meraih laba yang memadai dengan terus menciptakan sinergi antar unit bisnis.
- d. Konsolidasi semua aset digital media dan entertainment yang memiliki pertumbuhan jauh lebih tinggi.

Strategi dalam Bisnis Media Berbasis Konten dan Iklan melalui MNCN

- 1. Memperkuat portofolio 4 FTA yang dimilikinya,** Selama bertahun-tahun, saluran FTA MNCN telah menjadi yang paling populer di Indonesia karena penyesuaian target program untuk demografi yang tepat. MNCN akan terus memproduksi dan meningkatkan kualitas konten melalui RCTI, MNCTV, GTV dan iNews untuk mempertahankan posisi dominannya. Stasiun TV unggulan MNCN, RCTI tetap konsisten sebagai saluran yang paling populer dan paling banyak ditonton di Indonesia. Tayangan sinetron berorientasi keluarga dan ajang pencarian bakat di RCTI dinikmati oleh semua penduduk Indonesia.

MNCN telah menyiapkan serangkaian program-program in-house unggulan yang menarik yang tentunya akan meningkatkan rating dan pangsa pemirsa pada tahun 2022. MNCTV akan terus memberikan program dengan serial drama orisinal, variety show, dan olahraga. MNCN menargetkan MNCTV untuk secara konsisten berada di Top 3 channel pada tahun 2022 dengan program-program unggulan.

Sementara itu, GTV akan terus lebih fokus kepada demografi keluarga modern dan progresif melalui berbagai film & serial, reality & game show, program E-Sports, dan banyak lagi. Terakhir, iNews yang menyiarkan program berita dan informasi ke seluruh stasiun FTA milik MNCN akan terus menghadirkan program-program terkini dalam format yang dinamis dan fresh.

- 2. Produksi In-House dan Monetisasi Pustaka Konten,** Selama bertahun-tahun, kualitas dan kinerja konten produksi internal MNCN tidak perlu dipertanyakan lagi. MNCN memproduksi konten-konten dengan raihan performa tertinggi tahun demi tahun selama 1 dekade terakhir. MNCN akan terus melanjutkannya, karena memiliki korelasi langsung dengan perluasan pendapatan iklan dalam konten yang disebut sebagai iklan non-reguler, yang telah tumbuh secara signifikan dalam 2-3 tahun terakhir. Lebih jauh lagi, memproduksi lebih banyak program spesial akan dapat memperbesar pendapatan iklan non-reguler MNCN.

Produksi in-house juga berkontribusi pada pustaka konten MNCN yang terus berkembang, di mana dapat memberikan aliran pendapatan tambahan melalui distribusi konten dan monetisasi IP. MNCN berupaya ekstra untuk fokus pada 2 area ini karena MNCN melihat potensi peningkatan yang besar untuk bertumbuh. Pemain OTT global mulai masuk ke pasar Indonesia dan MNCN melihat ini sebagai peluang bagi MNCN untuk memanfaatkannya, baik melalui lisensi pustaka konten MNCN yang saat ini telah mencapai lebih dari 300.000 jam atau permintaan untuk produksi orisinal.

- 3. Meningkatkan rasio konten siaran lokal,** Pada tahun 2022, MNCN berencana untuk memonetisasi konten internalnya lebih lanjut melalui iklan kreatif dengan meningkatkan penyiaran konten siaran lokal dibanding asing untuk mendekati rasio 90%:10% dibandingkan sebelumnya yaitu sekitar 80%:20% pada tahun 2021.

- 4. Membangun monetisasi dari Aset Digital MSIN**

Dalam beberapa tahun terakhir, MNCN (melalui MSIN) membangun monetisasi platform digital dari media sosial, portal online, dan 2 super-app, RCTI+ dan Vision+. Kinerja baik dari platform ini akan memberikan sarana untuk MNCN yang diperlukan dengan mendiversifikasi aliran pendapatannya.

Strategi utama untuk operasi digital MNCN :

- Meningkatkan jumlah traffic pada media sosial untuk memberikan penghasilan tambahan dari penempatan iklan di konten MNCN.
- Meningkatkan kontribusi dari operasi multi-channel network MNCN, yang akan mendorong pendapatan yang dihasilkan dari content creator pihak ketiga di media sosial.
- Dengan berbagai portal online yang dimilikinya, MNCN akan fokus pada peningkatan kualitas konten, kecepatan dalam mengunggah, eksklusivitas konten, dan menempatkan video dalam setiap artikel berita.
- Menyediakan variasi dalam 5 kategori konten utama utama di RCTI+: Video, Audio, Berita, kompetisi UGC, dan musik untuk mendorong pengguna aktif bulanan.
- Menyediakan variasi dalam 3 kategori konten untuk Vision+: Video (linear dan VOD), games, dan UGC konten melalui Klakklik
- Optimalisasi strategi bundling iklan di semua aset digital MNCN.

- g. Industri gaming telah berkembang dengan sangat pesat di Indonesia. Oleh karena itu, MNCN telah membentuk unit gaming khusus dengan tujuan untuk memberikan solusi end-to-end yang menyeluruh, mencakup game development, game publishing, pembuatan kompetisi professional E-Sport, program pencarian bakat, dan manajemen tim E-Sports. Pada tahun 2022, MNCN akan meluncurkan 2 game baru bernama Rapid Fire dan Fight of Legends, dengan pemasaran yang akan didukung penuh oleh platform – platform milik MNCN.

Strategi dalam Bisnis Media Berbasis Pelanggan melalui IPTV

1. Mengubah *Business Model* dari MNC Vision menjadi penjualan *STB Equipment*.

MNC Vision telah mengubah model bisnisnya dari peminjaman peralatan ke penjualan langsung kepada konsumen melalui *dealer* yang berlokasi di seluruh Indonesia. Perubahan model bisnis tersebut akan memberikan MNC Vision pendapatan yang lebih tinggi, arus kas yang lebih baik, dan biaya tambahan yang lebih rendah di masa depan dengan menghindari pengambilan peralatan dan biaya perbaikan peralatan.

2. Melakukan penetrasi pada pasar TV Berlangganan yang belum dijangkau sebelumnya melalui digitalisasi Operator Kabel Lokal (LCO).

Untuk memaksimalkan jangkauan dan penetrasi pasar TV-Berlangganan secara nasional, maka IPTV akan terus melakukan digitalisasi atas LCO.

3. Kemitraan dengan *Neutral Network Operator* untuk bisnis *Fixed Broadband* dan *IPTV*.

IPTV melakukan kemitraan dengan ICON+, Fiber Star & penyedia jaringan lainnya guna meminimalkan aktivitas penggelaran jaringan kabel secara internal, mendorong penetrasi home pass dan mendorong peningkatan ARPU.

4. Memproduksi *In-house Channel* Terbesar dan Menawarkan Jumlah *Channel TV* Terbanyak di Indonesia Disamping Mengembangkan *Original Content* Portofolio

Proposisi konten IPTV melalui Vision Pictures juga telah menjadi komponen yang menguntungkan bagi IPTV yang memungkinkan semua anak perusahaannya berkinerja dengan baik.

5. Melakukan Sinergi dengan PT Teknologi Migo Indonesia

Menggunakan teknologi Migo Download Station yang tersebar di pulau Jawa yang dapat disinergikan dengan teknologi entitas anak, sehingga akan menaikkan total pelanggan berbayar entitas anak.

6. Monetisasi Spektrum 5G

Saat ini IPTV memiliki hak eksklusif untuk satelit yang dimiliki sepenuhnya pada frekuensi 2.520 – 2.670 Ghz (150mhz). MNC Play akan menggelar fixed wireless broadband 5G di Indonesia melalui kemitraan dengan penyedia jaringan lainnya yang berperan untuk menyediakan infrastruktur di lapangan, sedangkan MNC Play hanya akan bertindak sebagai penyedia layanan. Hal ini nantinya diharapkan akan menjadi katalis untuk IPTV karena secara signifikan akan mempercepat pertumbuhan pelanggan internet broadband milik IPTV.

PROSPEK
USAHA

Prospek media berbasis iklan dan konten melalui MNCN	Prospek media berbasis pelanggan melalui IPTV
<ul style="list-style-type: none"> • Pasar iklan media di Indonesia terbesar di Asia Tenggara dengan belanja iklan bersih diperkirakan sekitar Rp259 triliun pada tahun 2021 • Jumlah penduduk sekitar 270 juta dan tumbuh sekitar 3-4 juta orang setiap tahun selama 15 tahun ke depan. • Potensi kenaikan signifikan untuk pertumbuhan belanja iklan karena rasio belanja iklan terhadap PDB masih dibawah 0,2%, salah satu yang terendah di Asia. • Belanja iklan di FTA Nasional dan Digital akan tumbuh dari 84% menjadi 91% dari belanja iklan nasional dalam 4 tahun ke depan. • Jangkauan FTA yang luas dan merupakan media iklan termurah. • Kebutuhan iklan tinggi sedangkan jumlah FTA TV terbatas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar domestik besar dengan jumlah rumah tangga berpenghasilan menengah sekitar 60 juta rumah tangga. • Terbatasnya pilihan <i>channel</i> televisi FTA. • Penetrasi TV berlangganan masih jauh lebih rendah hanya sekitar 15% dari populasi. • TV Berlangganan berbasis satelit DTH dapat menjangkau masyarakat Indonesia yang berada dipelosok-pelosok daerah dan kepulauan. • Penetrasi <i>internet Broadband</i> masih jauh lebih rendah hanya sekitar 14% dari populasi. • Populasi penduduk usia muda produktif cukup besar.

STRUKTUR

Emiten	: PT Global Mediacom, Tbk
Transaksi	: Penawaran Umum Berkelanjutan Obligasi dalam mata uang Rupiah (“Penawaran Umum Berkelanjutan” atau “PUB”) Penawaran Umum Berkelanjutan Sukuk Ijarah dalam mata uang Rupiah (“Penawaran Umum Berkelanjutan” atau “PUB”)
Nama Efek	: Obligasi Berkelanjutan III Global Mediacom Tahap II Tahun 2022 (“Obligasi”) Sukuk Ijarah Berkelanjutan III Global Mediacom Tahap II Tahun 2022 (“Sukuk”)
Penggunaan Dana	Seluruh dana yang diperoleh dari hasil Penawaran Umum Obligasi ini setelah dikurangi biaya-biaya emisi Obligasi, akan digunakan seluruhnya untuk pembayaran sebagian (<i>refinancing</i>) Obligasi Berkelanjutan II Global Mediacom Tahap II Tahun 2021 Seri A . Seluruh dana yang diperoleh dari hasil Penawaran Umum Sukuk Ijarah ini setelah dikurangi biaya-biaya emisi Sukuk Ijarah, akan digunakan untuk pelunasan Sukuk Ijarah Berkelanjutan II Global Mediacom Tahap II Tahun 2021 Seri A dan kebutuhan modal kerja.
Peringkat	: ^d A+ (<i>single A Plus</i>) dari Pefindo ^{id} A+ _{sy} (<i>single A Plus Syariah</i>) dari Pefindo
Target Emisi Tahap I	: Obligasi: sebanyak-banyaknya sebesar Rp600.000.000.000,- (enam ratus miliar Rupiah) Sukuk: sebanyak-banyaknya sebesar Rp400.000.000.000,- (empat ratus miliar Rupiah) <i>Final Jumlah Pokok Obligasi dan Sukuk akan ditentukan kemudian berdasarkan hasil penawaran awal (bookbuilding)</i>
Jangka Waktu	: Seri A : 370 Hari Kalender Seri B : 3 tahun Seri C : 5 tahun

	TENOR	BENCHMARK	INDIKASI KUPON
Indikasi Kupon Penawaran :	370 Hari Kalender	FR0039	7,75% - 8,25%
	3 Tahun	FR0040	9,50% - 10,00%
	5 Tahun	FR0059	10,50% - 11,00%

Harga Penawaran	:	100% (seratus persen) dari jumlah Pokok Obligasi 100% (seratus persen) dari jumlah Imbalan Ijarah Sukuk Ijarah
Periode Pembayaran Bunga dan Cicilan Imbalan Ijarah	:	Bunga Obligasi akan dibayarkan setiap 3 (tiga) bulan, dihitung berdasarkan 30/360 (tiga puluh per tiga ratus enam puluh) hari Cicilan Imbalan Ijarah akan dibayarkan setiap 3 (tiga) bulan, dihitung berdasarkan 30/360 (tiga puluh per tiga ratus enam puluh) hari
Komitmen Penjaminan Emisi	:	Kesanggupan penuh (<i>Full Commitment</i>) berdasarkan hasil bookbuilding
Jaminan	:	Obligasi dan Sukuk Ijarah ini masing – masing dijamin dengan jaminan khusus berupa gadai atas saham milik Perseroan dalam entitas anak yaitu PT MNC Digital Entertainment Tbk. (“MSIN”) sekurang-kurangnya sebesar 125% (seratus dua puluh lima persen) dari nilai pokok obligasi dan sisa imbalan ijarah.
Dokumentasi	:	Obligasi dan Sukuk Ijarah ini wajib memakai dokumen sebagaimana ditentukan oleh perundang-undangan, peraturan dan/atau praktek umum yang berlaku di Pasar Modal Indonesia.

**INDIKASI
JADWAL**

Masa Penawaran Awal (<i>Bookbuilding</i>)	:	3 – 18 Agustus 2022
Penawaran Umum	:	9 – 13 September 2022
Penjatahan	:	14 September 2022
Pembayaran dari investor ke JLU	:	15 September 2022
Pembayaran dari JLU ke Emiten	:	16 September 2022
Distribusi secara elektronik	:	16 September 2022
Pencatatan di BEI	:	19 September 2022

Untuk pemesanan dan pembelian Obligasi dan Sukuk Ijarah ini, calon investor dapat menghubungi:

Nurtantina Lasianthera
Head of Fixed Income
nurtantina.soedarwo@mncgroup.com
Telp: (+62 21) 2980 3266

R. Roro Palupi Pusporini
Fixed Income Sales
r.pusporini@mncgroup.com
Telp: (+62 21) 2980 3148



MNC Financial Center Lt. 15-16

Jl. Kebon Sirih No. 21–27 Jakarta 10340 – Indonesia, Tel. (62-21) 2980-3111, Fax. (62-21) 39836868, www.mncsekuritas.id

DISCLAIMER:

Informasi yang terdapat dalam dokumen ini diperoleh dari sumber yang dapat dipercaya. Meskipun demikian MNC Sekuritas dan atau afiliasinya dan atau pegawainya tidak bertanggung jawab terhadap akurasi ataupun kelengkapan informasi ataupun pendapat yang terdapat dalam dokumen ini. Dokumen ini bukan dan tidak dimaksudkan sebagai penawaran umum atau undangan umum kepada pihak manapun. Informasi ini hanya ditujukan sebagai pre-marketing dari MNC Sekuritas. Pihak manapun yang menerima dokumen ini, dilarang untuk menyebarkan, menduplikasi, atau memperbanyak dengan cara apapun tanpa persetujuan terlebih dahulu dari MNC Sekuritas.