

RISALAH
INVESTASI

- **Favorable Macro and Industry Outlook.** Indonesia merupakan negara dengan tingkat populasi keempat terbesar di dunia dengan lebih dari 275 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 bersih diperkirakan sekitar 3,002 miliar dolar AS pada tahun 2023. Kondisi tersebut ditopang oleh pertumbuhan PDB Indonesia sebesar 5,05% pada tahun 2023.
 - b. Potensi untuk pertumbuhan belanja iklan yang signifikan karena rasio belanja iklan terhadap PDB adalah sekitar 0,2%, salah satu yang terendah di Asia.
 - c. Masih terdapat peluang yang besar untuk meningkatkan pertumbuhan pasar TV berlangganan mengingat Indonesia memiliki salah satu penetrasi Pay TV terendah di Asia Tenggara.
- **Market Leader and Unrivaled Product Offering.** BMTR adalah perusahaan media dan hiburan Indonesia terbesar dan satu-satunya perusahaan media dan hiburan yang terintegrasi dengan berbagai platform sehingga memiliki peluang *cross selling* dengan berbagai anak perusahaan lain dibawah BMTR.
 - a. Melalui anak perusahaannya, BMTR memimpin dalam pasar TV FTA di Indonesia berdasarkan pangsa pemirsa dan pangsa belanja iklan. Didukung oleh 4 FTA nasional yang dimiliki (RCTI, MNCTV, GTV, dan iNews), stasiun televisi BMTR memiliki pangsa pemirsa sebesar 40,4% untuk *prime time* per tahun 2023 dan 39,8% pada *all time*.
 - b. Memiliki pustaka konten terbesar di Indonesia yang terus bertumbuh didukung dengan tingginya kemampuan produksi *in-house* yang terus menambah perpustakaan konten. Saat ini BMTR memiliki lebih dari 300.000 jam konten dan akan meningkat kurang lebih sekitar 20.000 jam per tahun.
 - c. Melalui anak usaha lainnya, yaitu IPTV memiliki jumlah pelanggan TV berlangganan terbesar di Indonesia.
- **Constantly Striving To Be Better.** BMTR memiliki sarana produksi yang besar dan penggunaan teknologi terbaik untuk peningkatan kinerja operasional dan kualitas pelayanan demi mempertahankan posisi sebagai pemimpin dalam industri media:
 - a. Memiliki fasilitas studio (*indoor* dan *outdoor*) dengan kualitas dan kapasitas produksi paling lengkap dan canggih yang dipusatkan di 3 (tiga) lokasi, yaitu Jakarta Barat (MNC Studio), Jakarta Pusat (MNC Centre), dan KEK MNC Lido City (Movieland).
 - b. Mengembangkan berbagai inisiatif digital dengan teknologi terdepan dalam mendistribusikan konten kepada masyarakat. BMTR, melalui anak usahanya, memiliki dan mengoperasikan 2 *super-app* dengan teknologi terdepan yaitu RCTI+ dan Vision+, 4 portal online, dan operasi medial sosial (termasuk MCN) terbesar.
 - c. Tuntasnya pembangunan 60% dari Movieland (fase 1) yang akan menjadi pusat produksi Film dan *Series* (*indoor* dan *outdoor*) terbesar di Asia Tenggara, terintegrasi dengan berbagai fasilitas dan peralatan berstandar internasional. 100% dari Movieland akan selesai dibangun pada tahun 2024.
- **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 juga dipimpin oleh manajemen dengan kemampuan yang terbukti secara konsisten memberikan eksekusi berkualitas.

IKHTISAR
LAPORAN
KEUANGAN
DAN RASIO-
RASIO

(dalam Jutaan Rp, kecuali dinyatakan lain)

Keterangan	31 Maret		31 Desember	
	2024	2023	2022	2021
Jumlah Aset	35.533.226	35.268.302	35.912.189	34.108.155
Jumlah Liabilitas	7.295.051	7.618.296	9.263.272	10.230.049
Jumlah Ekuitas	28.223.175	27.650.006	26.648.917	23.878.106
Pendapatan	2.889.672	10.163.157	12.233.495	13.976.648
Beban Langsung	1.328.281	6.175.305	6.414.757	7.393.357
Laba Kotor	1.561.391	3.987.852	5.818.738	6.583.291
Laba Sebelum Pajak	692.870	1.086.680	2.559.024	3.056.846
Laba Bersih Tahun Berjalan	588.410	1.067.742	2.060.856	2.451.139
Jumlah Laba Komprehensif Tahun Berjalan	588.169	1.055.116	2.058.542	2.399.828
Laba Per Saham Dasar (dalam Rupiah penuh)	20,3	41,4	72,0	84,9
Rasio Usaha				
Laba Sebelum Pajak/Pendapatan	23,98%	10,69%	20,92%	21,87%
Laba Bersih Tahun Berjalan/Pendapatan	20,36%	10,51%	16,85%	17,54%
Laba Bersih Tahun Berjalan/Jumlah Ekuitas	8,34%	3,86%	7,73%	10,27%
Laba Bersih Tahun Berjalan/Jumlah Aset	6,62%	3,03%	5,74%	7,19%
Pendapatan/Jumlah Aset	32,53%	28,82%	34,07%	40,98%
Rasio Keuangan				
Aset Lancar/Liabilitas Jangka Pendek	309,48%	269,31%	219,71%	140,61%
Jumlah Liabilitas/Jumlah Ekuitas	25,85%	27,55%	34,76%	42,84%
Jumlah Liabilitas/Jumlah Aset	20,53%	21,60%	25,79%	29,99%
<i>Debt Service Coverage Ratio (DSCR)^[1]</i>	1,78x	1,11x	1,14x	0,83x
<i>Net Debt to Equity</i>	1,81%	1,45%	0,24%	0,29%
<i>Interest Service Coverage Ratio (ISCR)^[2]</i>	6,38x	5,20x	9,19x	8,25x
Rasio Pertumbuhan				
Pendapatan	-9,44%	-16,92%	-12,47%	15,85%
Laba Bersih Tahun Berjalan	-5,19%	-48,19%	-15,92%	36,10%
Jumlah Aset	-1,87%	-1,79%	5,29%	5,72%
Jumlah Liabilitas	-18,62%	-17,76%	-9,45%	-10,86%
Jumlah Ekuitas	3,58%	3,76%	11,60%	14,89%

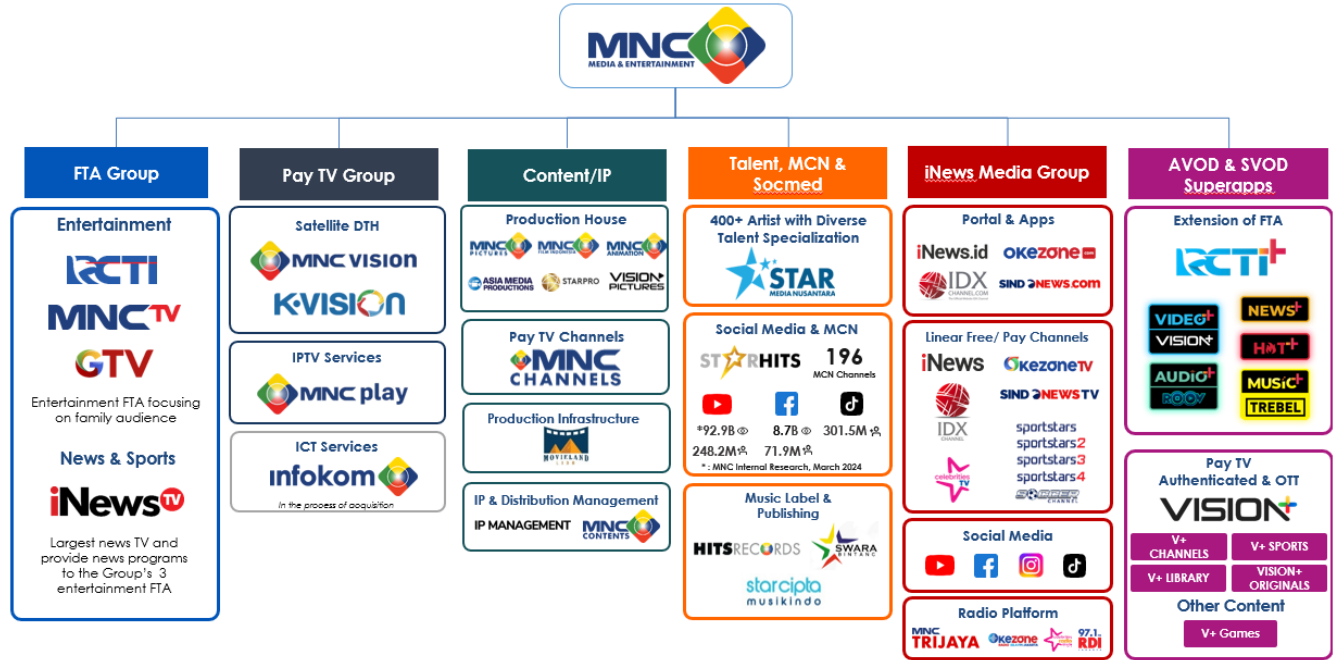
Catatan :

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

[2] ISCR= EBITDA terhadap beban bunga

PROFIL
PERSEROAN

A. Struktur Operasional Perseroan

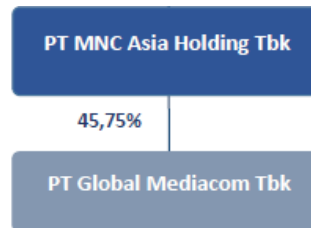


B. Susunan Direksi dan Dewan Komisaris

Susunan Dewan Komisaris		
Komisaris Utama	:	Rosano Barack
Komisaris Independen	:	Dr. Mohamed Idwan Ganie
Komisaris Independen	:	John Aristianto Prasetyo
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 Laporan Bulanan Registrasi Pemegang Efek Perseroan per 31 Maret 2024 yang dikeluarkan oleh PT BSR Indonesia selaku Biro Administrasi Efek Perseroan, struktur permodalan dan susunan pemegang saham Perseroan per 31 March 2024 adalah sebagai berikut:



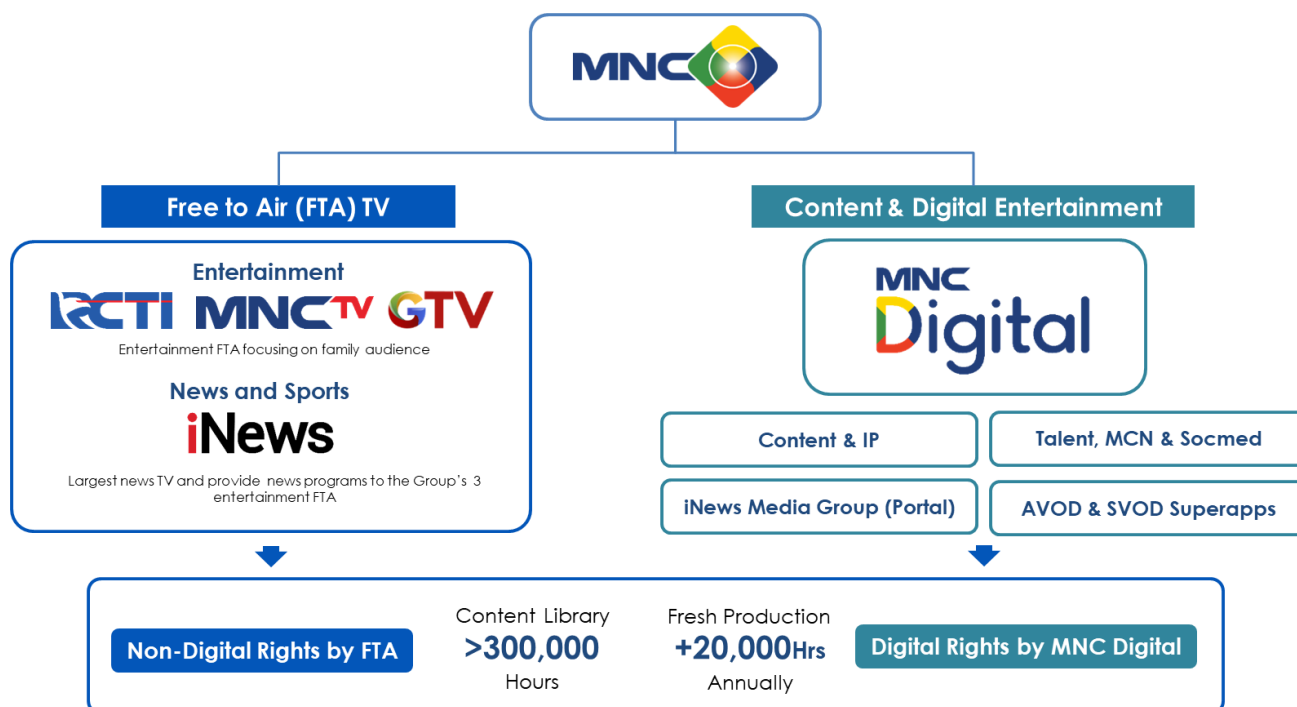
Nama Pemegang Saham	Jumlah Saham	Persentase Kepemilikan	Jumlah Modal Disetor (Rp juta)
PT. MNC Asia Holding Tbk	7.480.817.500	45,75%	748.082
Drs. Lo Kheng Hong	1.067.274.000	6,53%	106.727
Masyarakat dan koperasi	7.804.420.586	47,72%	780.442
Jumlah saham beredar	16.352.512.086	100,00%	1.635.251
Saham 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 bisnis media berbasis iklan dan konten, yang dikelola oleh MNCN, yang saat ini menghasilkan pendapatan bagi Perseroan sebesar 84.49% dan bisnis media berbasis pelanggan, yang dikelola oleh IPTV yang saat ini berhasil menghasilkan pendapatan sebesar 11.26% bagi Perseroan.

A. Bisnis Media Berbasis Iklan dan Konten melalui MNCN

PT Media Nusantara Citra Tbk (MNCN) adalah grup perusahaan media terintegrasi di Asia Tenggara dengan operasional mencakup 4 saluran televisi *Free-To-Air* (FTA) nasional, produksi & distribusi konten, manajemen artis, dan manajemen media sosial termasuk *multi-channel networks*, serta layanan *digital entertainment* melalui 2 (dua) platform *Superapp* dan 4 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 tercanggih. Peringkat stasiun televisi MNCN masih kuat dan stabil dengan pangsa pemirsa *prime time* rata-rata per tahun 2023 adalah 40,4% pada slot *prime time* dan 39,8% pada slot *all time*, kedua pencapaian ini adalah yang tertinggi di Indonesia berdasarkan Nielsen.

- RCTI**
 RCTI saat ini merupakan stasiun TV *Free-to-Air* (FTA) yang paling banyak ditonton dengan jangkauan siaran yang paling luas di Indonesia. Pada 2023, RCTI menunjukkan kinerja yang luar biasa dengan membukukan pangsa pemirsa *prime time* 15% sementara pangsa pemirsa *all time* mencapai 13% berdasarkan Nielsen. Prestasi unggul RCTI ini dapat diatribusikan pada produksi special program terbaik, seperti Master Chef, Indonesia's got Talent, X-Factor Indonesia, dan lainnya.
- 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 2023, rata-rata pangsa pemirsa *all time* MNCTV mencapai 15,3%, dengan pangsa pemirsa *prime time* sebesar 14,7% berdasarkan Nielsen. MNCTV telah menjadi salah satu stasiun FTA di Indonesia dengan pertumbuhan tercepat yang didukung oleh deretan program serial drama dan animasi terfavorit.
- GTV**
 GTV adalah jaringan FTA Nasional dengan target demografi keluarga muda dan modern. Program-program GTV berpusat pada drama, animasi, *variety show*, *reality show*, *game show* serta program-program pencarian bakat. Pada 2023, pangsa pemirsa *all time* rata-rata GTV mencapai 7,7% berdasarkan Nielsen.

- **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 juga 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 dan Media Sosial

Bisnis konten merupakan salah satu bisnis inti MNCN. Sampai akhir Desember 2023, MNCN memiliki pustaka konten terbesar di Indonesia dengan lebih dari 300.000 jam dan terus bertumbuh lebih dari 20.000 jam setiap tahunnya. Pustaka konten ini sangat berpotensi menjadi sumber pendapatan bagi MNCN. Konten dan *Intellectual Property* (IP) di dalamnya dapat dijual kembali dengan lisensi untuk *platform* distribusi lain baik di Indonesia maupun di luar negeri. MNCN juga mendapatkan penghasilan dari penayangan konten-konten hasil produksinya yang diunggah secara *online* ke dalam platform media sosial. Per bulan Desember 2023, akun media sosial yang dimiliki oleh MNC memiliki total 595,7 juta *subscribers/followers* dengan sekitar 94,7 miliar *views*.

- **Rumah Produksi**

MNC Pictures

Didirikan pada tahun 2007, MNC Pictures (MNCP) telah memproduksi sekitar 2.400 jam konten drama pada tahun 2023 dalam bentuk seri drama dan FTV yang ditayangkan di stasiun TV FTA MNCN. MNCP memiliki kapasitas produksi yang mewakili lebih dari 33,2% dari seluruh konten drama Indonesia. MNCP juga memproduksi *web series* dan *produksi* konten orisinal yang didistribusikan melalui *platform* digital yang membidik generasi *millenials*.

Sepanjang tahun 2023, MNCP memproduksi banyak sinetron unggulan, seperti “Preman Pensiun 8”, “Cinta Tanpa Karena”, dan “Ikatan Cinta”, dimana program-program ini masuk ke jajaran top serial drama terbaik sepanjang tahun 2023.

Selain memproduksi konten untuk FTA TV milik MNCN, MNCP juga memproduksi film-film Indonesia yang berkualitas.

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 & 3 dan juga film teatral, seperti Titus - Mystery of the Enyigma.

KIKO telah mempertahankan statusnya sebagai serial animasi lokal paling populer di negara ini dan mendapatkan minat yang luar biasa dari berbagai daerah di pasar internasional. KIKO kini ditayangkan di 64 negara dan telah diterjemahkan & di-dubbing ke dalam 4 bahasa. Setelah debutnya di TV pada tahun 2016, KIKO mendapatkan pengakuan langsung dari industri dengan memenangkan Panasonic Gobel Award 2016 untuk "Animasi Anak Terbaik". KIKO juga meraih status pemenang sebagai program “Animasi Anak Lokal Terfavorit” pada Indonesian Television Awards pada tahun 2017 dan 2018 sebelum dideklarasikan kembali untuk kedua kalinya pada Panasonic Gobel Award pada tahun 2019.

Pada tahun 2023, film KIKO In The Deep Sea dirilis di bioskop seluruh Indonesia dan Bima berhasil memenangkan Asian Academy Creative Awards 2023 (Regional) sebagai "Program atau Serial Animasi Terbaik (2D atau 3D)".

MNCA saat ini sedang dalam tahap pengembangan IP baru, yang antara lain meliputi “Titus Series”, “Zanna”, “Hedgehogs”, “Azrai”, dan “Sinbad”.

Starpro

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 1.831 jam konten infotainment pada 2023, menjadi produsen infotainment paling produktif dengan pangsa pasar sebesar 33%. Starpro menghasilkan beragam program seperti Go Spot, Barista, Obsesi, Seleb on News, Mom & Kids, and iSeleb.

Asia Media Productions

Asia Media Productions (AMP) adalah perusahaan joint venture antara PT MNC Digital Entertainment Tbk dan Triarsana. Rumah produksi tersebut saat ini menjadi penyedia konten reality dan game show terbesar di Indonesia. Pada tahun 2023, AMP telah memproduksi 1,285 jam program reality yang mewakili 64% pangsa pasar. Sejak didirikan pada tahun 2018, AMP telah memproduksi berbagai program reality terbaik, seperti Bedah Rumah, Uang Kaget, Hati Sang Bidadari, Degdegan, Siapa Berani, 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 Starciptu Musikindo, dan juga operasional MCN melalui StarHits.

- **Movieland**

Movieland terletak di 21 hektar tanah dalam kawasan MNC Lido City, Jawa Barat. Proyek yang mengusung konsep 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, sound hingga peralatan canggih lainnya untuk mendukung proses pasca-produksi. Pendirian Movieland memungkinkan Perseroan untuk meningkatkan kemampuan produksi kontennya, serta peningkatan kualitas on-screen yang baik.

C. Digital

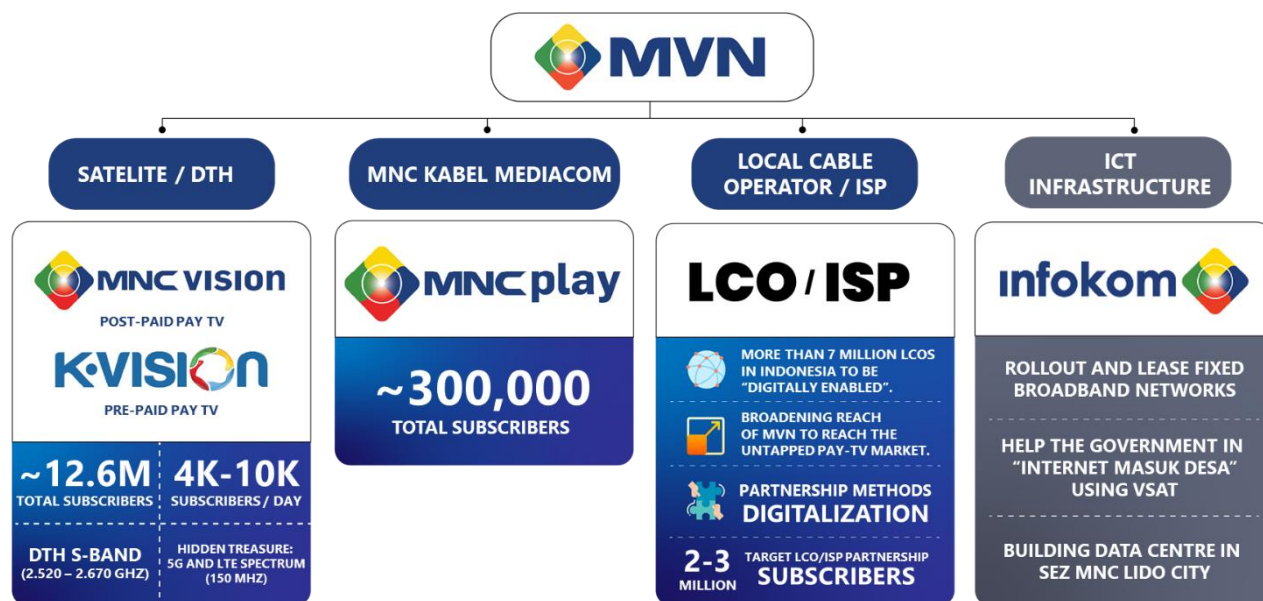
- **Layanan Media Superapp Over The Top (OTT)**

RCTI+ adalah AVOD superapp terbesar di Indonesia. Aplikasi ini terdiri dari 5 kategori konten yang meliputi layanan video (streaming, video on demand, dan konten kreatif lainnya), agregator berita, agregator audio (audio series, audio book, podcast dan aggregator radio), kompetisi UGC talent search, dan musik. Hingga Desember 2023, RCTI+ telah mengumpulkan lebih dari 69,7 juta pengguna aktif bulanan.

Vision+, adalah sebuah SVOD Superapp dengan pertumbuhan terpesat di tahun 2022 yang memberikan pengguna akses ke lebih dari 20.000 jam konten video on demand eksklusif, lebih dari 110 saluran linear premium lokal dan internasional, dan konten orisinal yang diproduksi oleh Vision Pictures. Selain itu Vision+ juga menyediakan lebih dari 75 game untuk meningkatkan traffic & engagement bagi penggunanya. Hingga Desember 2022, Vision+ telah memiliki hampir sekitar 40 juta pengguna aktif bulanan dan 2,6 juta pelanggan berbayar.

- MNC Portal Indonesia (iNews Media Group)**
 Perseroan telah menggabungkan seluruh operasi portal online ke dalam iNews Media Group untuk meningkatkan konektivitas dan efisiensi di seluruh anak perusahaan MNC Media & Entertainment. Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan pendapatan dengan menerapkan pendekatan penjualan langsung, yang pada akhirnya menghasilkan rate card yang lebih tinggi. Pada tahun 2023, Perseroan menggabungkan dua portalnya, celebrities.id dan sportstars.id, ke dalam okezone.com untuk memperkaya konten portal dan menjadikannya sebagai portal online informasi umum terlengkap dan terpercaya di Indonesia. Konsolidasi ini menghasilkan total empat portal: iNews.id, sindonews.com, okezone.com, dan idxchannel.com. Secara kolektif, portal online ini telah menarik hampir 52 juta pengguna aktif bulanan (MAU).

B. Bisnis Media Berbasis Pelanggan melalui IPTV



PT MNC Vision Networks Tbk merupakan bagian dari bisnis media BMTR dan merupakan perusahaan publik sejak Juli 2019 dengan kode saham IPTV. Bisnis utama IPTV terdiri dari TV Berlangganan DTH pascabayar ("MNC Vision") & DTH prabayar ("K-Vision") dan layanan TV Berlangganan berbasis *Fiber Optic* ("MNC Play"). Adapun lini usaha Entitas Anak IPTV adalah sebagai berikut:

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

Pada tahun 2001, MNC Group secara bertahap mengakuisisi MNC Vision (sebelumnya dikenal sebagai Indovision) dan sepenuhnya menjadi anak perusahaan Perseroan pada tahun 2006. MNC Vision menyediakan layanan TV berlangganan berbasis Direct to Home (DTH) terbesar di Indonesia, mendominasi sebagian besar layanan pascabayar dengan jumlah pelanggan sebanyak 1.3 juta pada tahun 2023.

MNC Vision menawarkan berbagai saluran dengan berbagai genre serta saluran eksklusif. MNC Vision memiliki satelit sendiri yang diluncurkan pada tahun 2009, yaitu Indostar II. Satelit ini menggunakan teknologi S-Band, yang tahan terhadap gangguan cuaca di iklim tropis. Sebagai TV berlangganan berbasis DTH, MNC Vision berkomitmen untuk menyajikan kepada pelanggannya saluran dari berbagai genre, seperti hiburan, film, olahraga, anak-anak, dan banyak lagi.

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

Diakuisisi pada tahun 2019, K-Vision adalah layanan TV berlangganan DTH prabayar yang menasar segmen rumah tangga kelas menengah ke bawah di Indonesia, dengan kumpulan saluran FTA eksklusif dari grup MNC, konten olahraga, dan genre lainnya disajikan kepada masyarakat luas, menunjukkan laju pertumbuhan tercepat, mencapai lebih dari 11.2 juta pelanggan di Indonesia pada tahun 2023. Kekuatan terbesar K-Vision saat ini adalah jaringan distribusi yang luas dan pemasaran produk yang kuat, dengan lebih dari 3.000 dealer dan 60.000 teknisi.

Sebagai bagian dari MNC Media & Entertainment sebagai grup media terbesar di Indonesia, kinerja penjualan K-Vision terus meningkat. K-Vision menjual paket set-top box bersama dengan voucher isi ulang yang menawarkan berbagai saluran dengan harga bervariasi.

c. Jasa IPTV melalui PT MNC Kabel Mediakom (MNC Play)

MNC Play adalah penyedia layanan IPTV (sebelumnya juga menawarkan layanan broadband) yang menyiarkan program-program lokal dan internasional berkualitas. MNC Play menawarkan fitur catch-up TV untuk menonton hingga 7 hari ke belakang dan fitur time shift untuk Pause, Play, dan Rewind, tanpa biaya tambahan.

Sebagai tambahan, Perseroan telah menyelesaikan penjualan bisnis fixed broadband, dengan tujuan untuk mengalokasikan kembali sumber daya ke ekspansi operasi TV berlangganan, termasuk IPTV, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.

Strategi umum BMTR adalah sebagai berikut:

- a. Menjaga posisi sebagai pemimpin dalam industri media dan hiburan.
- b. Mempertahankan pertumbuhan jangka panjang melalui kombinasi dari pertumbuhan organik dan akuisisi dari kegiatan usaha baru khususnya pada bidang digital dan hiburan 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
USAHA

Strategi dalam Bisnis Media Berbasis Konten dan Iklan melalui MNCN

1. Memperkuat portofolio 4 FTA yang dimilikinya

Perseroan berkomitmen untuk mempertahankan statusnya sebagai penyedia televisi FTA terkemuka di Indonesia dengan menghadirkan program premium untuk setiap demografi. Perseroan berupaya untuk menawarkan tayangan sinetron, pencarian bakat, olahraga, khususnya sepak bola, dan tayangan lainnya yang memiliki potensi pendapatan yang tinggi, dan tetap berkomitmen untuk terus meningkatkan kualitas kontennya. Dengan memiliki tim yang terdiri dari para profesional yang terampil dan berpengalaman, serta kapasitas Perseroan untuk memanfaatkan teknologi teknologi yang mutakhir, MNCN berada pada posisi optimal untuk memberikan nilai yang tak tertandingi baik kepada klien maupun pemirsa. Selain itu, MNCN meyakini penyelesaian Movieland akan meningkatkan efisiensi Perseroan, meningkatkan sinergi, serta meningkatkan kualitas dalam jangka panjang.

RCTI tetap menjadi pilihan utama pemirsa dengan drama keluarga dan program pencarian bakatnya yang baik, sehingga mengamankan posisinya sebagai salah satu saluran terpopuler di Indonesia. Saluran ini bersiap untuk mempertahankan kesuksesannya yang luar biasa di tahun 2024 dengan menghadirkan serangkaian program menarik untuk penonton. RCTI juga berhasil memperoleh hak siar eksklusif Indonesia untuk UEFA European Football Championship 2024 & 2028, termasuk seluruh kompetisi kualifikasi dan UEFA Nations League.

Selain itu, Perseroan juga telah mengembangkan serangkaian program unggulan in-house untuk mendongkrak viewership di tahun 2024. MNCTV akan terus menghadirkan perpaduan antara serial sinetron, variety show, dan program olahraga. GTV berfokus untuk melibatkan penonton keluarga modern dan progresif melalui serangkaian penawaran seperti film & serial sinetron, reality show & game show, dan lain-lain. Terakhir, iNews bertujuan untuk menyediakan program berita dan informasi terkini kepada semua stasiun Free-to-Air (FTA) di bawah naungan Perusahaan, memastikan penyampaiannya dalam format yang hidup dan inovatif.

Kedepannya Perseroan juga akan menempatkan fokus dan menjaga kualitas produksi dalam genre pencarian bakat, dimana pada setiap adanya acara tersebut, Perseroan mendapatkan aliran talenta – talenta baru, yang mendorong dan menjaga kelangsungan usaha Perseroan.

2. Produksi *In-House* dan Monetisasi Pustaka Konten

MNCN berkomitmen untuk mempertahankan kinerja yang luar biasa sepanjang tahun 2024, dengan dedikasi yang teguh terhadap penciptaan program berkualitas tinggi di saluran Free-to-Air dan berbagai platform lainnya. Pilar utama strategi Perseroan adalah membangun dan memanfaatkan perpustakaan konten besar yang berisi program-program berharga. Pustaka konten MNCN mencakup lebih dari 300.000 jam, dengan 15.000 - 20.000 jam konten ditambahkan setiap tahun. Perseroan berencana untuk memanfaatkan perpustakaan kontennya yang luas melalui berbagai saluran termasuk penjualan ke TV Free-to-Air dan TV Berbayar, RCTI+, Vision+, dan melalui media sosial. Selain itu, Perseroan juga berencana untuk memperoleh lebih banyak pendapatan dari melisensikan konten dan IP untuk pihak ketiga, dan penempatan iklan kreatif.

Pada industri media, kemampuan untuk dapat memproduksi konten sendiri sangatlah penting, karena dengan melakukan ini, kepemilikan konten dan IP tersebut akan menetap pada produsen dan dapat menghasilkan pendapatan yang konsisten kedepannya (*perpetuity*).

3. Memasuki Bisnis Hiburan Melalui Penyelenggaraan Event (*Event Organizer*)

Seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap festival, konser, dan acara lain di Indonesia, Perseroan berencana untuk lebih merambah bisnis penyelenggaraan event musik dan olahraga, khususnya sepak bola untuk memberikan aliran pendapatan baru bagi Grup yang berasal dari sponsorship, penjualan tiket, iklan, dan siaran pada platform media yang ada. Kedepannya, MNCN akan mengadakan festival atau acara musik baik untuk artis lokal maupun internasional setiap triwulan dan juga event olah raga. Perseroan dapat menggunakan LMAC yang berlokasi di KEK MNC Lido City untuk acara-acara yang membutuhkan kapasitas 30.000-40.000 orang atau Jakarta Internationa Stadium (JIS), dimana Perseroan telah memiliki kesepakatan jangka panjang untuk mengadakan acara – acara dengan skala besar (kapasitas: 80.000+).

4. Perkembangan Usaha baru melalui Iklan Out of Home (OOH)

Perseroan juga tengah mengembangkan bisnis baru melalui periklanan street furniture. Sering dikenal sebagai periklanan pada perabot jalanan seperti halte, papan informasi kota, bangku taman, dan lain-lain. Pendekatan ini menawarkan kepada pengiklan cara yang ampuh untuk berinteraksi dengan pejalan kaki dan penumpang kota sehari-hari. Untuk ini, Perseroan akan bekerja sama dengan pemerintahan kota untuk mendapatkan konsesi jangka panjang dalam pengoperasian periklanan pada aset-aset milik pemerintahan.

5. Pertumbuhan Aset Digital MNCN

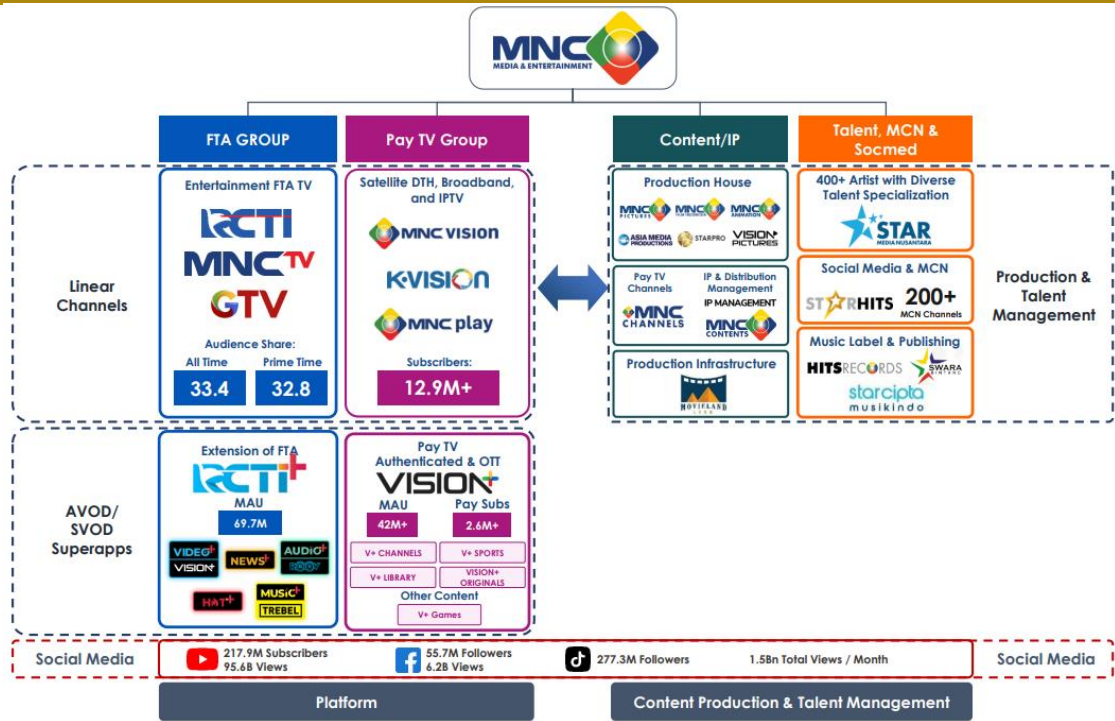
Dalam beberapa tahun terakhir, MNCN (melalui MSIN) telah melakukan pembangunan berskala besar dalam monetisasi platform digital dari media sosial, portal *online*, dan 2 *super-app*, RCTI+ dan Vision+. Kinerja baik dari platform ini akan memberikan sarana untuk MNCN yang diperlukan dengan mendiversifikasi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

Strategi utama untuk operasi digital MNCN :

- a. Meningkatkan jumlah traffic pada media sosial dengan memberikan klip harian lebih besar.
- b. Meningkatkan kontribusi dari operasi multi-channel network, yang akan mendorong pendapatan yang dihasilkan dari *content creator* pihak ketiga di media sosial.
- c. Peningkatan kualitas konten, kecepatan dalam mengunggah, eksklusivitas konten, dan menempatkan video dalam setiap artikel berita pada portal online.
- d. Meningkatkan engagement di RCTI+ dengan menawarkan 5 kategori konten utama : Video, Audio, Berita, kompetisi UGC, dan Musik untuk mendorong pengguna aktif bulanan dan *time spent* di platform.
- e. Meningkatkan *stickiness* Vision+ melalui konten Video (liniar dan VOD) dan game kasual. Dengan basis pelanggan yang besar dari platform Pay TV/ IPTV MNC Group yang lebih dari 12 juta pelanggan, Vision+ bertindak sebagai opsi bundling untuk pelanggan dan ini memberikan keuntungan yang signifikan untuk *upsell* dan mendorong pelanggan ini untuk menjadi pengguna Vision+.
- f. Penggabungan operasi antara superapp RCTI+ dan Vision+ untuk memberikan sinergi yang meningkatkan traffic pada kedua platform tersebut dan juga jumlah pelanggan berbayar.
- g. Meningkatkan kerja sama dengan operator – operator telco untuk meningkatkan *traffic* RCTI dan Vision+.
- h. Optimalisasi strategi *bundling* iklan pada semua aset digital.

6. Integrasi Grup Media & Entertainment dan iNews Media Group

Perseroan telah melakukan reorganisasi untuk MNC Media & Entertainment, dimana pada saat ini operasi bisnis media yang berkaitan dengan *media & entertainment* dan news (iNews Media Group), masing – masing telah diintegrasikan. Dalam reorganisasi ini, Perseroan akan mendapatkan integrasi yang maksimal antara semua unit usaha dibawahnya, peluang cross-selling, dan efisiensi pada pengoperasiannya.



iNews Media Group

	iNews Group	Sindonews Group	IDX Channel Group	Okezone Group	Celebrities Group	Sportstars Group
	Beyond No 1 News, Sports & Information	Beyond Headlines Sindonews is Breaking News	Your Trustworthy & Comprehensive Investment References	Beyond Information	The Largest Celebrities & Entertainment Updates	The Champion of Sports Media
Linear/Pay Channels	iNews RCTI MNC TV GTV iNews	SIND NEWS TV	IDX CHANNEL	okezone TV	celebrities TV	sportstars sportstars2 sportstars3 sportstars4
	Total FTA Audience Share: 23.3	Total Pay Channels Audience Share: 12.52				
Digital/OTT Viewing	RCTI+ MAU: 69.7M VISION+ MAU: 42M+ SUBS: 2.6M+	VISION+ MAU: 42M+ SUBS: 2.6M+				
Portal & Apps Platform	iNews.id MAU: 11.6M	SIND NEWS.COM MAU: 16.5M	IDX CHANNEL.COM MAU: 2.3M	okezone.com MAU: 19.8M	Total 4 Portal MAU: 50.3M	
Social Media	20.9M Subscribers 10.1B Views	11.9M Followers 2.6B Views	4.2M Followers	184.7M Views	4.1M Followers	
	Total Subs/Followers: 58M Total Views per Month: 363.4M Total Life Times Views: 10.1B					
Radio Platform	MNC TRIJAYA	kezone RADIO 98.4 FM JAKARTA		celebrities radio 97.1 FM	MNC TRIJAYA	

Strategi dalam Bisnis Media Berbasis Pelanggan melalui IPTV

1. Meningkatkan Jumlah Pelanggan DTH (Direct-to-Home)

Dalam beberapa tahun terakhir, MVN telah mencapai keberhasilan yang signifikan dalam memperluas basis pelanggannya. Namun, di pasar layanan video yang dinamis saat ini, termasuk platform OTT, perangkat TV digital, dan media sosial, persaingan semakin ketat dari sebelumnya.

Untuk terus meningkatkan jumlah pelanggannya, Perseroan perlu menjajaki usaha baru dan menjalin kemitraan dengan penyedia layanan kabel lokal dan internet. Dengan berkolaborasi dengan operator-operator ini, MVN dapat menarik lebih banyak pengguna dan mengakses pasar yang sebelumnya belum dipenetrasi.

Selain itu, Perseroan juga melakukan upaya untuk memperluas basis pelanggannya dengan masuk ke pasar regional, seperti Malaysia, dimana operasi Perseroan telah berjalan melalui brand OK Vision.

2. Pertumbuhan Pendapatan Iklan di MNC Vision dan K-Vision

Dengan beberapa kemitraan yang sudah berjalan dan masih banyak lagi yang akan dilakukan, MVN memiliki jalur yang jelas menuju pertumbuhan substansial dalam basis pelanggannya di masa depan. Meskipun MNC Media & Entertainment menghasilkan mayoritas pendapatan dari iklan, penekanan yang sama belum diberikan pada MNC Vision dan K-Vision, yang sangat bergantung pada pembayaran bulanan dari pelanggan, yang mencakup lebih dari 90% pendapatan mereka.

Kedepan, Perseroan akan lebih fokus meningkatkan pendapatan iklan melalui berbagai alasan dan strategi:

- Beriklan di platform TV berbayar memungkinkan pengiklan untuk menentukan wilayah geografis tertentu, menjadikannya sangat menarik bagi usaha kecil yang ingin terhubung dengan audiens yang berorientasi pada komunitas.
- Dibandingkan dengan iklan siaran nasional, biaya iklan pada TV berbayar lebih terjangkau, memberikan peluang bagi usaha kecil untuk masuk ke dalam periklanan televisi tanpa biaya yang tinggi.
- Dengan beragam saluran yang melayani interest dan demografi tertentu, pengiklan dapat secara efisien menargetkan pemirsa yang selaras dengan produk atau layanan mereka, sehingga meningkatkan efektivitas periklanan mereka.
- TV berbayar menawarkan beragam pilihan periklanan, mulai dari iklan tradisional hingga sponsorship dan overlay di layar, memberikan cara inovatif untuk memikat pemirsa dan meningkatkan keterlibatan.

3. Meningkatkan Penjualan Pada Segmen Corporate

Perseroan juga akan fokus dalam penjualan produknya kepada pelanggan *corporate*, termasuk namun tidak terbatas pada hotel dan rumah sakit di Indonesia. Pada saat ini, Perseroan melalui dua brandnya, MNC Vision dan K-Vision, telah memasuki banyak hotel dan rumah sakit, khususnya di pulau Jawa dan Bali. Mengingat potensi yang sangat besar untuk lini ini, kedepannya, pertumbuhan penjualan untuk sektor corporate akan didorong untuk wilayah diluar Jawa dan Bali.

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 merupakan pasar yang terbesar di Asia Tenggara dengan belanja iklan bersih diperkirakan sekitar 3,002 miliar dolar AS pada tahun 2023. • Pasar domestik yang besar dengan jumlah penduduk sekitar 275 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 adalah sebesar 0,2%, salah satu yang terendah di Asia. • Belanja iklan di FTA Nasional dan Digital akan tetap mendominasi pangsa pasar periklanan dalam 10 tahun ke depan. • Jangkauan FTA yang luas dan penetrasi digital yang meningkat, sehingga <i>demand</i> untuk sarana promosi dalam dua media tersebut akan meningkat. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasar domestik besar dengan jumlah rumah tangga berpenghasilan menengah yang terus meningkat. • Penetrasi TV berlangganan di Indonesia saat ini yang jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara Asia Tenggara lainnya, sehingga memiliki prospek pertumbuhan yang baik. • TV Berlangganan berbasis satelit DTH dapat menjangkau masyarakat Indonesia yang berada di pelosok-pelosok daerah dan kepulauan. • Memiliki supply konten lokal terbaik untuk menarik pelanggan baru dan menghindari churn.

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 IV Global Mediacom Tahap II Tahun 2024 (“Obligasi”) Sukuk Ijarah Berkelanjutan IV Global Mediacom Tahap II Tahun 2024 (“Sukuk”)
Penggunaan Dana	Obligasi : Refinancing dan modal kerja Sukuk : Refinancing dan modal kerja
Peringkat	: ^{id} A+ (single A Plus) dari Pefindo ^{id} A+ _{sy} (single A Plus Syariah) dari Pefindo
Target Emisi Tahap II	: Sebanyak-banyaknya sebesar Rp 1.300.000.000.000,- (Satu Triliun Tiga Ratus Miliar Rupiah) yang terdiri dari: Obligasi: Sebanyak-banyaknya sebesar Rp650.000.000.000,- (enam ratus lima puluh miliar Rupiah) Sukuk: Sebanyak-banyaknya sebesar Rp650.000.000.000,- (enam ratus lima puluh 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

Indikasi Kupon Penawaran	:	TENOR	INDIKASI KUPON
		370 Hari Kalender	8,00 % - 8,75%
		3 Tahun	9,75% - 10,25%
		5 Tahun	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 Cicilan Imbalan Ijarah akan dibayarkan setiap 3 (tiga) bulan	
Komitmen Penjaminan Emisi	:	Kesanggupan penuh (<i>Full Commitment</i>) berdasarkan hasil <i>bookbuilding</i>	
Jaminan	:	Obligasi dan Sukuk Ijarah ini memiliki jaminan khusus berupa asset tetap milik PT Rajawali Citra Televisi Indonesia (RCTI), yaitu tanah dan bangunan yang terletak di area Kebon Jeruk, Jakarta Barat dengan nilai jaminan sekurang-kurangnya sebesar 100% (seratus persen) dari nilai pokok obligasi dan sisa imbalan ijarah. Jaminan aset tetap tersebut akan diikat dengan Hak Tanggungan Peringkat Pertama	
Dokumentasi	:	Obligasi dan Sukuk Ijarah ini wajib memakai dokumen sebagaimana ditentukan oleh perundang-undangan, peraturan dan/atau praktik umum yang berlaku di Pasar Modal Indonesia	

**INDIKASI
JADWAL**

Masa Penawaran Awal (<i>Bookbuilding</i>)	:	13 – 27 Mei 2024
Perkiraan Penawaran Umum	:	12 – 14 Juni 2024
Perkiraan Penjatahan	:	19 Juni 2024
Perkiraan Pembayaran dari investor	:	20 Juni 2024
Perkiraan Pembayaran dari JLU ke Emiten	:	21 Juni 2024
Perkiraan Distribusi secara elektronik	:	21 Juni 2024
Perkiraan Pencatatan di BEI	:	24 Juni 2024

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



MNC Bank Tower, 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.