

Kinerja keuangan dan operasional positif, dengan pertumbuhan pelanggan yang stabil *year-on-year*; Pangsa pasar MSKY telah mencapai 75%

Positive financial and operational performance with stable year-on-year subscriber growth; MSKY's market share reached 75%

Jakarta, Indonesia – 30 Oktober 2014

Jakarta, Indonesia – 30th October 2014

Hari ini PT MNC Sky Vision Tbk. (“MSKY” atau “Perseroan”) melaporkan kinerja keuangan untuk sembilan bulan pertama (9M 2014) yang berakhir pada 30 September 2014.

Today, PT MNC Sky Vision Tbk (“MSKY” or “the Company”) has reported its financial results for the first nine months of 2014 (9M 2014) ending 30th September 2014,

Atas pencapaian ini, Direktur Utama Rudy Tanoesoedibjo mengatakan:

Commenting on the results, President Director Rudy Tanoesoedibjo said:

“Peta persaingan dalam bisnis TV-berbayar di Indonesia semakin ketat, ditandai dengan jumlah operator TV-berbayar yang saat ini telah mencapai 16 perusahaan dimana mereka makin agresif dalam menawarkan program-program promosi. Namun kami boleh berbangga bahwa di tengah persaingan ini, MSKY dapat meningkatkan pangsa pasarnya menjadi 74.6%. Hal ini merupakan suatu prestasi yang membanggakan dan menunjukkan dominasi merek Perseroan sebagai yang terbaik di Indonesia.

“Competition of the pay-TV industry in Indonesia has intensified as the number of pay-TV operators have currently reached 16 operators which are offering increasingly aggressive promotion programs. However, we can take pride in the fact that our market share has grown to 74.6% amidst this competition, instead of diminishing. This is a remarkable achievement on its own and showcases our company’s brand domination as the best in Indonesia.

“Laju pertumbuhan pelanggan pada kuartal ketiga mengalami perlambatan, karena para kompetitor menawarkan produk TV-berbayar dengan promosi-promosi yang sangat agresif, dan tidak dapat dipungkiri dapat menarik pelanggan baik yang sudah berlangganan maupun yang akan berlangganan TV-berbayar untuk mencoba layanan yang mereka tawarkan. Namun pada akhirnya, kami percaya bahwa pelanggan yang mencoba produk yang ditawarkan para pesaing akan merasakan dan mengapresiasi keunggulan konten, reliabilitas sinyal dan layanan purna jual yang kami tawarkan.

“Subscriber growth during the third quarter of 2014 has been at a slower pace, as competitors are offering their pay-TV products at highly aggressive promotion programs, and this has undeniably attracted both existing and potential subscribers to try competitors’ services. But in the end, we believe that after trying competing services customers will appreciate the superiority of our contents, signal reliability and after sales services.

“Selain itu, promosi agresif yang dilancarkan oleh para kompetitor pada akhirnya akan merugikan mereka sendiri, karena promosi agresif semacam itu pada akhirnya akan menarik pelanggan yang pada dasarnya bukan target pelanggan pasar TV-berbayar, sehingga akan meningkatkan *churn rate* setelah periode promosi tersebut berakhir. Dalam 10 tahun terakhir kami telah melihat banyak pendatang baru berguguran. Masing-masing telah menerapkan strategi promosi yang sama, dan satu demi satu mereka telah gagal.

“Additionally, we expect competitors’ aggressive strategies to eventually backfire, since they inevitably attract customers outside of the pay-TV target market. This will increase the churn rate after the promotion period has ended. In the past 10 years we have seen new entrants come and go. Each has deployed the same promotional strategy, and one by one has failed.

“Kami yakin bahwa kami masih berada pada arah strategi bisnis yang baik dengan pengalaman kami selama 20 tahun dalam bisnis TV-berbayar dan hasil-hasil studi kami yang ekstensif mengenai psikologi pelanggan. Penambahan pangsa pasar kami adalah salah satu contoh dimana kami tetap dapat meningkatkan nilai kompetitif kami, walaupun tumbuh lebih lambat dibandingkan sebelumnya, sementara pangsa pasar pesaing kami justru mengalami penurunan. Ke depannya, kami akan tetap mempertahankan strategi Perseroan yang menempatkan para pelanggan sebagai prioritas, dengan juga terus mempelajari tren pelanggan yang kian dinamis agar kami dapat mempertahankan keunggulan kami sebagai pemimpin di bisnis TV-berbayar di Indonesia.”

Hasil Laporan Keuangan

Total pendapatan pada sembilan bulan pertama 2014 mencapai Rp 2.436 miliar, meningkat dari Rp2.230 miliar atau peningkatan YoY sebesar 9%. Peningkatan pendapatan ini terutama berasal dari penerimaan atas jasa penyiaran sejalan dengan pertumbuhan jumlah pelanggan yang mencapai 2.53 juta pelanggan per September 2014.

Pada kuartal ketiga 2014 sendiri, MSKY mencatatkan pendapatan sebesar Rp859 miliar, meningkat sebesar 10% dibandingkan kuartal ketiga pada tahun sebelumnya sebesar Rp779 miliar

EBITDA: EBITDA pada 9M 2014 tercatat tidak mengalami perubahan dibandingkan dengan 9M 2013, yaitu sebesar Rp919 miliar, dengan EBITDA margin sebesar 38%. Stabilitasnya pertumbuhan EBITDA secara *year-on-year* terutama dikarenakan oleh meningkatnya beban biaya penyiaran Perseroan seiring pertumbuhan pelanggan, dan juga akibat terdepresiasi nilai Rupiah terhadap Dollar AS sepanjang 2014. Namun secara kuartal-per-kuartal, EBITDA MSKY mengalami peningkatan sebesar 5% dari Rp318 miliar menjadi Rp 333 miliar.

Labanya (Rugi) Bersih: MSKY mencatat kerugian bersih sebesar Rp28 miliar pada 9M 2014 dibandingkan kerugian bersih pada 9M 2013 sebesar Rp223 miliar. Menurunnya beban selisih kurs mata uang asing dan beban biaya bunga menjadi faktor utama berkurangnya jumlah kerugian bersih yang dicatatkan oleh Perseroan. Penurunan beban selisih

“We believe our business strategy is still extremely positive, based on our 20 years of experience in the pay-TV business and following extensive studies on the psychology of subscribers. The increase in our market share is an example of MSKY’s increasing competitive edge; we are still experiencing growth even though slower than before whereas our competitors’ market share declined. Going forward, we will maintain the company’s customer-oriented strategy, while continuously adapting to ever-dynamic subscriber trends. In turn we will maintain our position as the leader in the pay-TV business in Indonesia.”

Financial results

Total revenue in the first nine months of 2014 reached Rp2,436 billion, increasing from last year’s Rp2,230 billion and representing 9% YoY growth. This increase in revenue was mainly due to an increase in DTH revenue along with growth of subscribers, the total of which reached 2.53 million as of September 2014.

In the third quarter alone, MSKY booked revenue of Rp859 billion, an increase of 10% compared to the third quarter of previous year of Rp779 billion.

EBITDA: 9M 2014 EBITDA was unchanged from 9M 2013 position, of Rp919 billion, with EBITDA margin of 38%. The stable growth of EBITDA year-on-year is mostly due to the increase in cost of programmes due to the growing number of subscribers’ base, and also due to the depreciation of Rupiah against US Dollars. However, q-o-q MSKY’s EBITDA increased by 5% from Rp318 billion to Rp333 billion.

Net Income (Loss): MSKY recorded a net loss of Rp28 billion in 9M 2014 compared to net loss of Rp223 billion in 9M 2013. The reduction in forex loss and finance cost are the main factors of the decreasing net loss recorded by the Company. This improvement of finance cost is due to the lower interest expense from the Company’s syndicated

kurs ini terutama dikarenakan beban bunga pinjaman sindikasi Perseroan sebesar 4,25% + LIBOR yang lebih rendah dibandingkan bunga obligasi Perseroan sebesar 12,75% yang telah dilunasi pada akhir 2013 lalu. Selain itu, meskipun nilai kurs Rupiah terhadap Dollar AS per September 2014 lebih rendah dibandingkan periode yang sama tahun lalu, namun laju depresiasi pada tahun ini melambat dibandingkan tahun sebelumnya sehingga menurunkan tingkat fluktuasi beban selisih kurs mata uang asing Perseroan.

Jumlah Pelanggan, ARPU dan Churn Rate

Jumlah pelanggan MSKY per akhir September 2014 telah mencapai 2,53 juta yang merupakan peningkatan YoY sebesar 18% dari jumlah pelanggan tahun lalu yang sebesar 2,15 juta. Pada Q3 2014, rata-rata penambahan pelanggan bersih per bulan adalah 10.000 pelanggan per bulan. Untuk 9M 2014, tingkat rata-rata *churn rate* dan ARPU adalah 1,26% dan Rp 101.314.

Melambatnya laju pertumbuhan pelanggan dikarenakan oleh meningkatnya kompetisi dari pesaing-pesaing yang menawarkan promosi-promosi berlangganan yang sangat agresif. Namun demikian, manajemen Perseroan memiliki pandangan bahwa level persaingan yang agresif ini tidak akan bertahan lama, dan pada akhirnya pelanggan akan memilih produk yang lebih berkualitas dengan layanan purna jual yang lebih baik, seperti yang ditawarkan oleh Perseroan.

Saluran Baru Pada Platform MSKY

MSKY menambahkan tiga saluran eksklusif baru selama kuartal ketiga 2014. *ZooMoo* adalah saluran acara untuk anak-anak yang menawarkan fitur permainan interaktif dengan aplikasi yang dapat diunduh untuk perangkat Android dan iOS milik pelanggan. Sementara itu, *HITS* adalah saluran yang menampilkan acara-acara yang terkenal di dekade lampau, seperti "*The A-Team*", "*Golden Girls*", "*Moonlighting*", dan sebagainya, yang ditujukan pada target pemirsa yang lebih tua. Terakhir, *MNC Health and Beauty* adalah saluran eksklusif MNC yang berisi acara-acara yang berhubungan dengan tips kesehatan dan perawatan tubuh.

Menjelang Akhir 2014

Tahun 2014 merupakan tahun yang penuh

bank loan of 4.25% + LIBOR, compared to the previous bond's interest expense of 12.75% that has been redeemed end of last year. In addition, even though the exchange rate value of Rupiah against September 2014 is lower compared to the same period last year, the depreciation rate in 2014 is slower than 2013 and in turn lower the Company's foreign exchange loss expense.

Subscriber numbers, ARPU and churn rate

MSKY's subscriber total as of September 2014 has reached 2.53 million; representing an 18% YoY increase from last year's 2.15 million. During Q3 2014, the average net addition per month was 10,000 subscribers per month. For 9M 2014, the average churn rate and ARPU was at 1.26% and Rp101,314 respectively.

The soft subscriber growth rate was due to the increasing number of competitors who offer highly aggressive subscription promotion programs. Nevertheless, the Company's management views that this level of aggressive competition will not last, and in the end subscribers will choose product with higher quality and better after-sales services, much like what MSKY is offering.

MSKY's New Channels

MSKY added three new exclusive channels during the third quarter of 2014. *ZooMoo* is a kids' channel that offers interactivity feature with the application that can be downloaded in subscriber's Android and iOS devices. Meanwhile, *HITS* is a channel containing famous TV series from past decades, such as "*The A-Team*", "*Golden Girls*", "*Moonlighting*", and more, targeting older audiences and *MNC Health and Beauty* is an MNC exclusive channel with programs concerning health and body care tips.

Toward The End of 2014

2014 has been a challenging year for MSKY, with the

KINERJA KEUANGAN 9M 2014

FINANCIAL PERFORMANCE as of 9M 2014



tantangan bagi Perseroan, dengan semakin banyaknya pesaing dalam bisnis TV-berbayar dan situasi ekonomi Indonesia yang masih dalam penyesuaian sehubungan dengan kondisi politik dalam negeri. Namun demikian, MSKY terus menunjukkan performa positif dan akan terus berupaya memberikan layanan terbaik bagi pelanggan-pelanggannya di seluruh Nusantara.

Saat ini, MSKY menyiarkan 122 saluran termasuk 34 saluran eksklusif; 20 diantaranya adalah saluran bermerek MNC. Menuju akhir tahun 2014, MSKY berupaya untuk dapat tetap berada di posisi terdepan dalam kompetisi bisnis dan akan terus melanjutkan upaya untuk menutup tahun 2014 dengan hasil yang memuaskan. Perseroan akan memfokuskan pada akuisisi pelanggan berkualitas dan pelayanan sempurna berorientasi pelanggan dan meningkatkan nilai perseroan secara berkelanjutan.

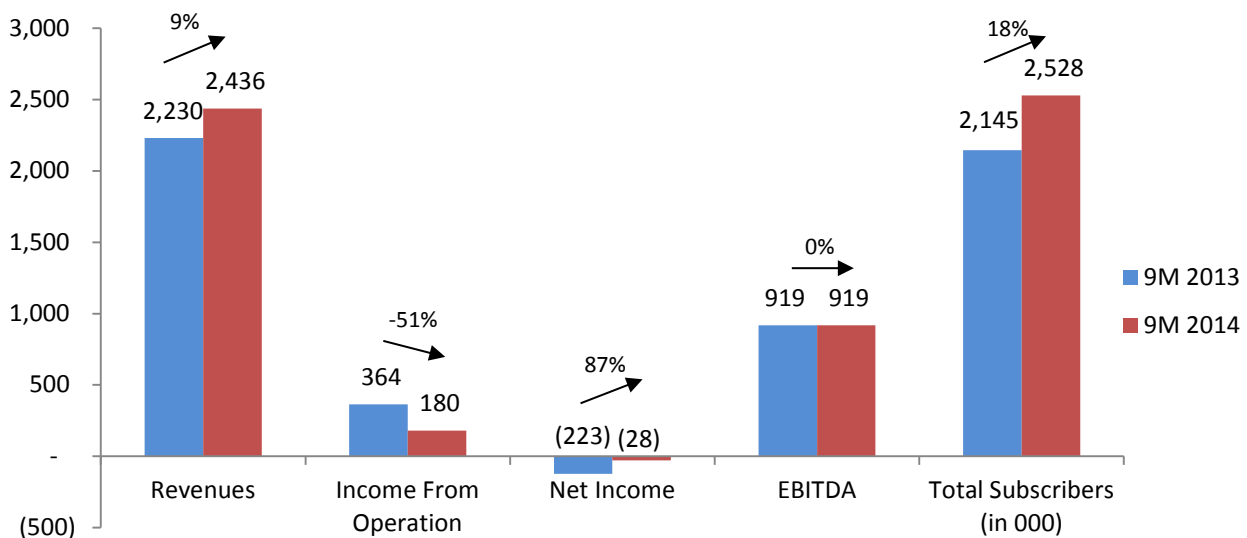
emergence of new players in Indonesia's pay-TV business and a domestic economy that is still adjusting to political change. Even so, MSKY has continued to perform positively and to offer the best services for subscribers all over the nation.

Currently, MSKY airs 122 pay-TV channels including 34 exclusive channels; 20 of these exclusive are MNC branded channels. Heading toward the end of 2014, MSKY will continue to work hard to stay ahead of the competition and close the year with satisfactory results. The Company will focus on maintaining acquisition of quality subscribers, offering excellent subscriber-oriented services, and continuously increasing the Company's value.

**Figure 1: Financial Performance 2014 and 2013 (in billion Rupiah)/
 Kinerja keuangan tahun 2014 dan 2013 (dalam miliar Rupiah)**

(In billion Rupiah)	3Q 2014	3Q 2013	YoY Growth		9M 2014	9M 2013	YoY Growth
Revenues	859	779	10%		2,436	2,230	9%
Operating Expenses	778	661	18%		2,256	1,865	21%
Income from Operation	81	118	-31%		180	364	-51%
Net Income (Loss)	(14)	(254)	94%		(28)	(223)	87%
EBITDA	333	318	5%		919	919	0%
EBITDA Margin	38%	41%			38%	41%	
			YoY Diff				YoY Diff
D&A	253	200	26%		739	554	33%
Interest Expense	(52)	(67)	23%		(154)	(184)	16%
Forex Gain (Loss)	(51)	(298)	83%		(64)	(359)	82%
Total	150	(165)	191%		521	11	4,636%
Total Subscribers (in 000)					2,528	2,145	18%

**Figure 2: Consolidated Income Statement, First Nine Months 2014 and 2013 (in billion Rupiah)/
 Laporan Keuangan Konsolidasi Sembilan Bulan Pertama 2014 dan 2013 (dalam miliar Rupiah)**



For more information, please contact:
 Investor Relations:
Effendi Budiman
ebudiman@indovision.tv

Christian Kurniawan
chkurniawan@indovision.tv

Teddy Pun
teddy.pun@mncgroup.com

PT MNC Sky Vision Tbk
 Wisma Indovision
 Jl. Raya Panjang Blok Z-3
 Jakarta 11520
 Phone: 62-21 582 8555
 Fax: 62-21 582 4202

DISCLAIMER

By accepting this Press Release, you are agreeing to be bound by the restrictions set out below. Any failure to comply with these restrictions may constitute a violation of applicable securities laws.

The information and opinions contained in this Press Release have not been independently verified, and no representation or warranty, expressed or implied, is made as to, and no reliance should be placed on the fairness, accuracy, completeness or correctness of, the information or opinions contained herein. It is not the intention to provide, and you may not rely on this Press Release as providing, a complete or comprehensive analysis of the condition (financial or other), earnings, business affairs, business prospects, properties or results of operations of the company or its subsidiaries. The information and opinions contained in this Press Release are provided as at the date of this presentation and are subject to change without notice. Neither the company (including any of its affiliates, advisors and representatives) nor the underwriters (including any of their respective affiliates, advisors or representatives) shall have any responsibility or liability whatsoever (in negligence or otherwise) for the accuracy or completeness of, or any errors or omissions in, any information or opinions contained herein nor for any loss howsoever arising from any use of this presentation.

In addition, the information contained in this Press Release contains projections and forward-looking statements that reflect the company's current views with respect to future events and financial performance. These views are based on a number of estimates and current assumptions which are subject to business, economic and competitive uncertainties and contingencies as well as various risks and these may change over time and in many cases are outside the control of the company and its directors. No assurance can be given that future events will occur, that projections will be achieved, or that the company's assumptions are correct. Actual results may differ materially from those forecasts and projected.

This Press Release is not and does not constitute or form part of any offer, invitation or recommendation to purchase or subscribe for any securities and no part of it shall form the basis of or be relied upon in connection with any contract, commitment or investment decision in relation thereto.

Any investment in any securities issued by the company or its affiliates should be made solely on the basis of the final offer document issued in respect of such securities.

Dengan menerima Press Release ini, anda dianggap setuju untuk terikat dengan peraturan sebagaimana dijelaskan di bawah ini. Tidak dipatuhinya aturan-aturan ini dapat dianggap sebagai pelanggaran terhadap peraturan mengenai efek yang berlaku.

Informasi dan opini yang tercantum dalam Press Release ini tidak diverifikasi secara independen dan tidak ada satupun yang mewakili atau menjamin, baik dinyatakan secara jelas maupun tersirat, dalam hubungannya dengan keakuratan, kelengkapan atau dapat diandalkannya dari informasi yang terdapat disini. Press Release ini bukan bertujuan untuk menyediakan, dan tidak dapat dianggap sebagai dasar yang menyediakan, analisa yang lengkap dan menyeluruh dari kondisi (baik keuangan ataupun bukan), pendapatan, peristiwa bisnis, prospek bisnis, properti ataupun hasil operasional perusahaan dan anak perusahaan. Informasi dan opini yang terdapat disini diberikan sesuai tanggal yang tertera pada Press Release ini dan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan sebelumnya. Baik perusahaan (termasuk afiliasi, penasehat dan perwakilan) maupun penjamin emisi (termasuk afiliasi, penasehat dan perwakilan) tidak memiliki tanggung jawab dan kewajiban (terhadap kelalaian atau sebaliknya) atas keakuratan atau kelengkapan, atau kesalahan maupun kelalaian, dari informasi atau opini yang terdapat disini maupun atas kerugian yang muncul dari penggunaan Press Release ini.

Sebagai tambahan, informasi yang ada dalam materi ini berisi proyeksi dan pernyataan pandangan kedepan (forward-looking) yang merefleksikan pandangan terkini Perusahaan dengan memperhatikan kejadian-kejadian di masa yang akan datang dan kinerja keuangan. Pandangan-pandangan ini didasarkan pada angka estimasi dan asumsi aktual yang menjadi subjek bisnis, ekonomi dan ketidakpastian persaingan dan dapat berubah dari waktu ke waktu dan dalam kasus-kasus tertentu adalah diluar kontrol dari perusahaan dan direktornya. Tidak ada jaminan yang dapat diberikan bahwa kejadian dimasa yang akan datang akan terjadi, atau proyeksi akan dicapai, atau asumsi Perusahaan adalah benar adanya. Hasil yang sesungguhnya dapat berbeda secara materiil dibandingkan dengan yang diperkirakan dan diproyeksikan.

Press Release ini bukan merupakan bagian dari penawaran, undangan atau rekomendasi apapun untuk membeli atau mendaftarkan dari sekuritas manapun dan tidak ada bagian manapun yang merupakan atau berhubungan dengan kontrak, komitmen atau keputusan investasi dari sekuritas manapun.

Investasi apapun di sekuritas manapun yang dilakukan oleh perusahaan atau afiliasinya harus dibuat berdasarkan dokumen penawaran final yang dikeluarkan oleh sekuritas tersebut.