PUBLIC EXPOSE

PT Intermedia Capital Tbk

JAKARTA - SELASA, 17 NOVEMBER 2027

Disclaimer

Presentasi ini disiapkan oleh PT Intermedia Capital Tbk. (“MDIA”) dan terdiri dari materi atau slide presentasi mengenai Perseroan. Tidak satu pun dari PT Intermedia Capital Tbk. dan/atau perusahaan afiliasinya dan/atau karyawannya masing-masing membuat pernyataan atau jaminan (tersurat maupun tersirat) atau menerima tanggung jawab atau kewajiban apapun atas, atau terkait dengan, keakuratan atau kelengkapan informasi dan pendapat yang terkandung dalam presentasi ini atau untuk setiap informasi yang terkandung dalam presentasi ini atau pendapat lainnya yang tidak berubah setelah diterbitkan.

Kami secara tegas melepaskan tanggung jawab atau kewajiban (tersurat maupun tersirat) dari MDIA, perusahaan afiliasinya dan masing-masing karyawannya apapun dan dengan cara apapun yang timbul (termasuk, tanpa batasan untuk klaim, proses, tindakan, gugatan, kerugian, pengeluaran, kerusakan atau biaya) yang dapat diajukan oleh siapapun sebagai akibat dari mengandalkan seluruh atau sebagian dari isi materi presentasi ini dan baik MDIA, perusahaan afiliasinya atau karyawannya masing-masing tidak bertanggung jawab atas setiap kesalahan, kelalaian atau salah saji, kelalaian atau sebaliknya, dalam materi presentasi dan setiap kewajiban sehubungan dengan laporan atau ketidakakuratan di dalamnya atau kelalaian yang mungkin timbul dengan ini dinyatakan disclaimer.

Informasi yang terkandung dalam materi presentasi ini tidak dapat dianggap sebagai rekomendasi apapun yang dibuat oleh MDIA atau pihak lain manapun untuk mengadakan perjanjian sehubungan dengan investasi apapun yang disebutkan dalam dokumen ini. Materi presentasi ini disiapkan untuk sirkulasi umum dan tidak berkaitan dengan orang tertentu yang mungkin menerima materi presentasi ini. Dalam mempertimbangkan investasi apapun, anda harus membuat penilaian independen anda sendiri dan mencari nasihat keuangan dan hukum profesional anda sendiri.

MATERI PAPARAN

4-6	SEKILAS PERSEROAN
7-20	TINJAUAN & STRATEGI BISNIS
21-22	KINERJA KEUANGAN PERSEROAN 6M2026

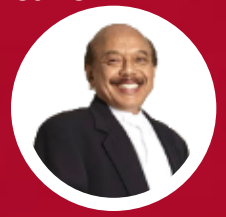
Sekilas Perseroan

Profil Perseroan

Dewan Komisaris



Anindra Ardiansyah Bakrie
Komisaris Utama



RM Djoko Setiotomo
Komisaris Independen



C. F. Carmelita Hardikusumo
Komisaris Independen



Arief Yahya
Komisaris

Direksi



Ahmad R. Widarmana
Direktur Utama



RM Harlin Erlianto Rahardjo
Direktur



Yufli Gunawan
Direktur

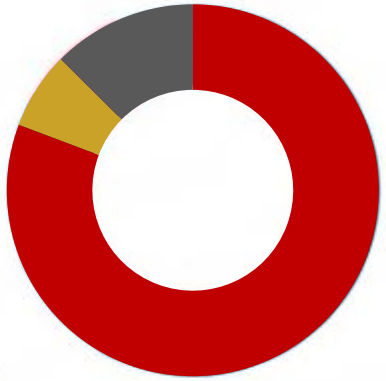
PT Intermedia Capital Tbk

(Kode Saham: MDIA)

Unit Usaha: ANTV (Stasiun Televisi FTA)

Rekam Jejak

Berdiri:	IPO:
25 Februari 2008	11 April 2014
Modal Dasar: Rp 725,48 Miliar	Modal disetor: Rp 392,15 Miliar
Nominal/Saham: Rp 10,-	Jumlah Saham: 39.215.538.400



Daftar Pemegang Saham

- PT Visi Media Asia Tbk: 80,7% (31,66 Miliar saham)
- PT DMS Investama: 6,7% (2,64 Miliar saham)
- Publik: 12,6% (4,92 Miliar saham)

Sumber: Biro Administrasi Efek (BAE) per 31 Oktober 2026

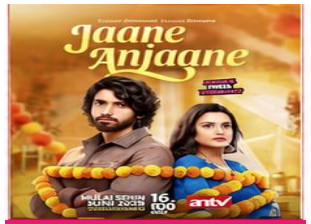
ANTV adalah Media Terintegrasi (TV, Digital & Off-Air Activation) yang Fokus Menargetkan Pemirsa Wanita, Ibu Rumah Tangga Dan Keluarga

SALAH SATU STASIUN TV FTA HIBURAN TERDEPAN

Dengan *top-of-mind* program series dan movie baik asing dan lokal



JHANAK



JAANE ANJAANE



TERI MERI DORIYAANN



AINI
MALAIKAT TAK BERSAYAP

PLATFORM DIGITAL YANG MELENGKAPI PLATFORM TV FTA



MEGA BOLLYWOOD



SINEMA SPESIAL INDONESIA



BIOSKOP ASIA



FESTIVAL ANTV RAME 2026

ON AIR & OFF-AIR INTEGRATION

Memadukan program *off* air dan juga *on* air dalam satu waktu, yang bertujuan untuk memberikan beragam hiburan seru kepada warga sekitar lokasi dengan kegiatan *off* air dan menyajikan siaran live *on* air untuk pemirsa di rumah



Tinjauan & Strategi Bisnis

TV Menjadi Media Tak Berbayar Terbesar yang Menjangkau Hingga 127 Juta Populasi

Cakupan kepemilikan Any TV (Tabung, LED/LCD & Smart TV) di Indonesia berdasarkan data Nielsen

80,3%

Kepemilikan Smartphone: 76,7%

TV Terestrial tetap menjadi basis hiburan utama tanpa biaya langganan bagi publik.

Sumber: Nielsen Indonesia, National Urban Q1 2026

EVOLUSI PENGUKURAN NIELSEN:

Metode pengukuran Nielsen kini diperluas dari hanya di 11 Kota Besar (57 juta populasi) menjadi jangkauan nasional yang mencakup tambahan 76 Kabupaten/Kota di seluruh Indonesia.

127 JUTA

POPULASI*
PENGUKURAN NIELSEN DI LUAR MALUKU, PAPUA DAN RURAL AREA

87

KABUPATEN/KOTA
MELINTASI REST OF AREA DAN 11 KOTA BESAR*

5.800
PANEL RUMAH TANGGA

11 KOTA BESAR:
Jakarta, Bandung, Semarang, Yogyakarta, Surakarta, Surabaya, Denpasar, Makassar, Banjarmasin, Palembang, Medan

Sepanjang Tahun 2026, ANTV memperkaya koleksi movie Indonesia lintas generasi dengan multi genre yaitu drama, komedi, aksi dan horror yang berhasil mencapai peak share menjadi 7,0% pada Q2 2026. ANTV membangun kerjasama strategis dengan OTT platform menghadirkan program series lokal drama di Prime Time untuk memperluas akses konten premium sejak September 2026

Q4 2023 -Q2 2024

Pasca ASO Nasional: (Agustus 2023)
Efisiensi Cost, ANTV menambah komposisi Movie baik Lokal maupun Foreign dan memaksimalkan penayangan Rerun inventory program.

Menambah program-program *low cost* seperti *information documentary* di slot **Non Prime Time**.

Q3 2024 - Q3 2025

ANTV merebut kembali penonton **Series Lokal di slot Prime Time**. Mulai menayangkan kembali **Series Lokal Episodic "AINI MALAIKAT TAK BERSAYAP"**.

Sehingga genre Utama ANTV terbagi menjadi 4: Lokal Series, Lokal Movie, Foreign Series dan Foreign Movie.

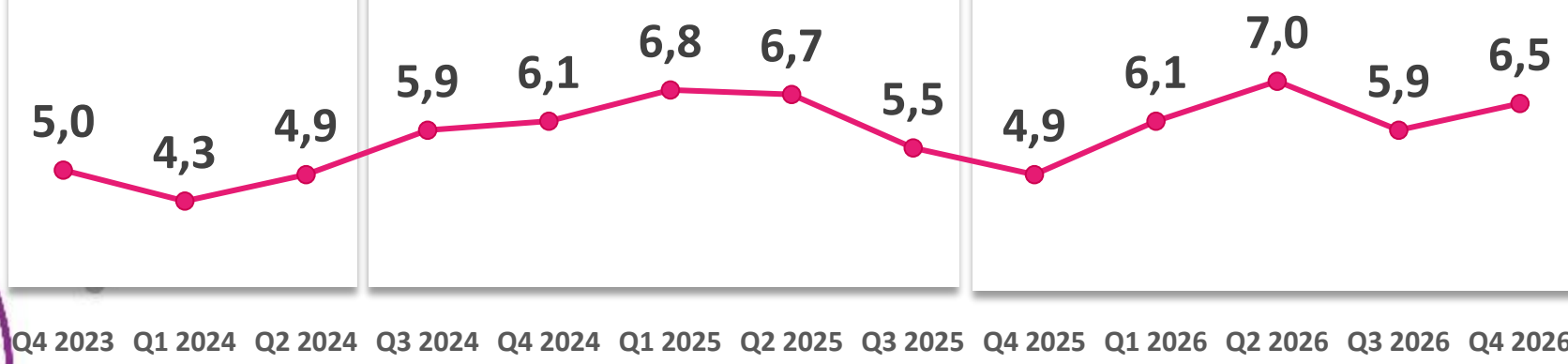
Q4 2025 – Q3 2026

Efisiensi Cost 2026, mengurangi penayangan Lokal Series, namun tetap **menjaga penonton Lokal Program di Prime Time dengan fokus pada genre Movie**.

Memperkaya genre Movie Lokal, tidak hanya Laga dan Drama, namun menambah **variasi di genre Horror dan Komedi.**

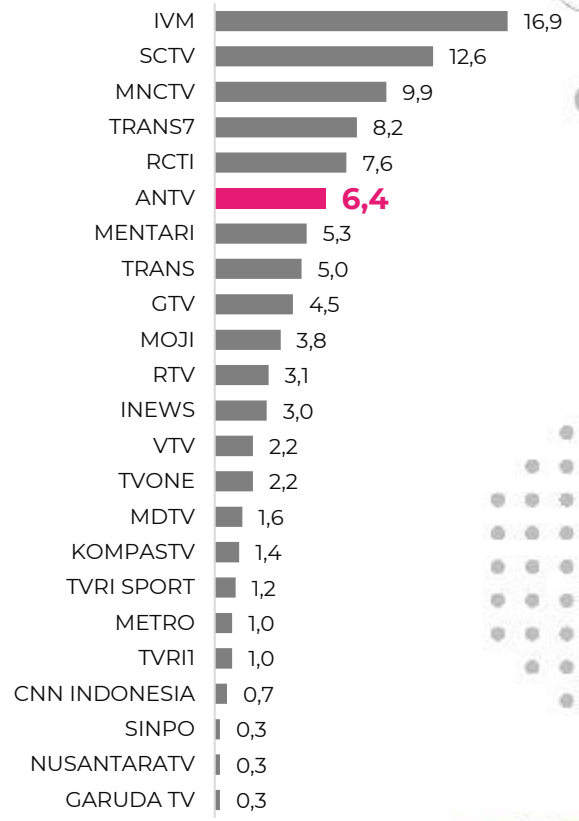
Sejak Sep 2026, ANTV membangun kerjasama strategis melalui skema sharing cost dengan OTT platform (Netflix), menghadirkan program series lokal drama di Prime Time dengan tema berbeda dengan kompetitor: "**Jodoh Wasiat Bapak Reborn**" dan juga "**Alas Roban The Series**"

Q4 2026



Sumber: Nielsen, All People, 1 Oktober 2023 – 31 Oktober 2026, National Terrestrial

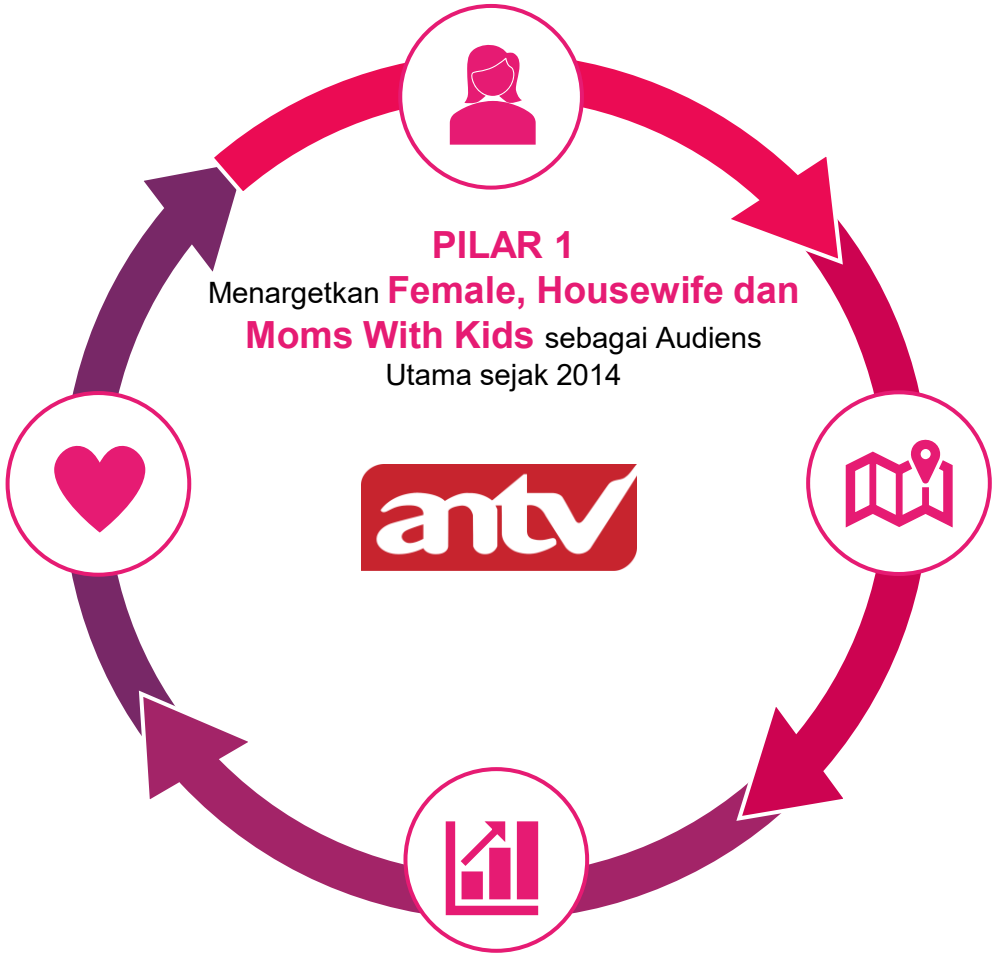
Performance All Daypart | 2026



Sumber: Nielsen, All People, 1 Oktober 2023 – 31 Oktober 2026, National Urban Terrestrial

4 PILAR KEKUATAN ANTV

EKOSISTEM TERINTEGRASI ANTV



PILAR 1
Menargetkan **Female, Housewife dan Moms With Kids** sebagai Audiens Utama sejak 2014

PILAR 2
Berhasil menjangkau Audiens kuat di **Rest of Area** dan **Non Jawa Area**

PILAR 3
Mempertahankan Audiens melalui **kombinasi Konten Lokal dan Asing** dengan melihat antisipasi trend dan Cost Balancing

PILAR 4
Mengunci kembali loyalitas audiens lewat **Integrasi Brand Engagement Off Air (Festival ANTV Rame) dan Digital Platform** yang akhirnya menambah Reach penonton.

Sejak 2014, ANTV berhasil membangun diferensiasi melalui program hiburan yang unik dan berkualitas, memperkuat posisinya sebagai saluran pilihan Perempuan yang berperan sebagai pengambil keputusan dalam belanja rumah tangga

	Index*
MALE	84
FEMALE	116
TEEN 10-14	82
FEMALE 15-19	65
FEMALE 20-24	53
FEMALE 25-34	86
FEMALE 35-44	150
FEMALE 45-54	165
FEMALE 55+	151
FEMALE 25+	139
FEMALE UPPER MIDDLE	112
FEMALE PRODUCT DECISION MAKER	155

Index > 100

MOMS WITH KIDS <10

i126

Ibu dengan anak di bawah 10 tahun yang aktif mengambil keputusan untuk keluarga

HOUSEWIFE

i150

Ibu rumah tangga yang fokus mengelola kebutuhan rumah tangga sehari-hari

FEMALE ENTREPRENEUR

i156

Perempuan wirausaha yang berperan aktif dalam mengelola dan mengembangkan usaha.

WIFE OF HEAD OF HOUSEHOLD

i152

Perempuan yang berperan sebagai pendamping kepala rumah tangga.

**Index: Value more than 100, more relevant medium to certain largest group*
**Occupation: Entrepreneur with ≥ 5-person employee and Entrepreneur 1-5 person employee*

Sumber: TAM Nielsen, 1 Jan – 31 Oktober 2026, All Daypart. Based on National Urban Terrestrial Database

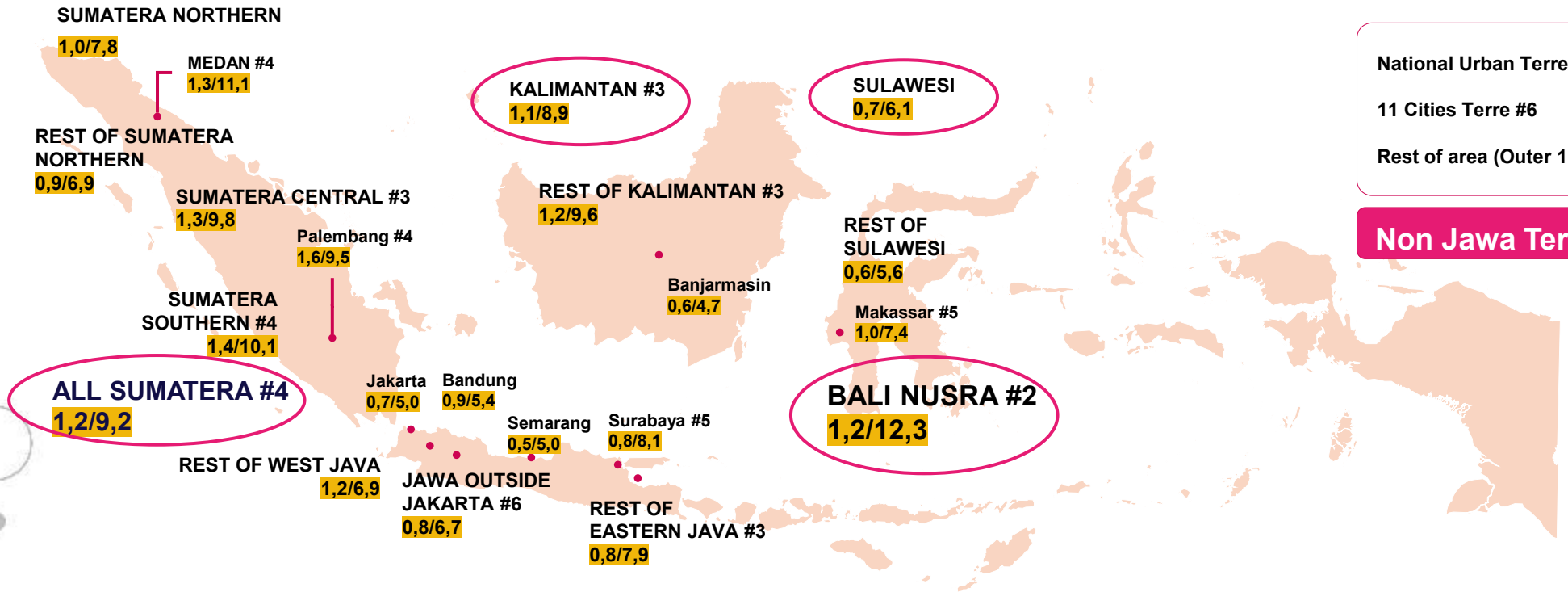
ANTV Kuat Menjangkau Penonton Female 25+ yang Menjadi Potensi *Buying Power* FMCG di Wilayah Kunci dengan Pertumbuhan Sales FMCG Tertinggi

Indonesia* FMCG 557 T

P12M: Past 12 Months (Apr '24 – Mar '25)
YA: Year Ago (Apr '23 – Mar '24)

	Sumatra		Jakarta Gr		Jawa Outside Jakarta		Balinusra		Kalimantan		Sulawesi		East Indonesia	
P12M vs YA	15,5	3%	18,2	5%	47,1	2%	4,2	5%	7,1	7%	6,1	9%	1,7	4%

Sales Contribution
Sales Growth
Share ANTV



National Urban Terre #6	0,9/6,9
11 Cities Terre #6	0,8/5,9
Rest of area (Outer 11 Cities) Terre #6	1,0/7,7

Non Jawa Terre #3 1,1/9,2

*Sumber : Nielsen, **National Urban Terrestrial**, F 25+, (1 Jan – 31 Oktober 2026). Slot All Daypart 02.00-25.59. Exclude Papua & Maluku. PopN 30.433.134*

ANTV mempertahankan loyalitas penonton melalui portfolio konten yang beragam, memadukan kekuatan program Lokal dan Asing untuk menjangkau penonton yang lebih luas

LOCAL SERIES PROGRAMS



FOREIGN SERIES & MOVIES PROGRAMS



LOCAL MOVIES PROGRAMS



ENTERTAINMENT PROGRAMS



ANTV menawarkan program berbagai genre, mulai dari drama lokal, drama asing, hiburan horror hingga berbagai program hiburan lainnya. ANTV juga menayangkan variety show dan film cinema yang secara konsisten diminati oleh para pemirsanya

Beyond the Screen:
Keterlibatan Ekosistem Off-Air



Mengubah pemirsa menjadi komunitas aktif

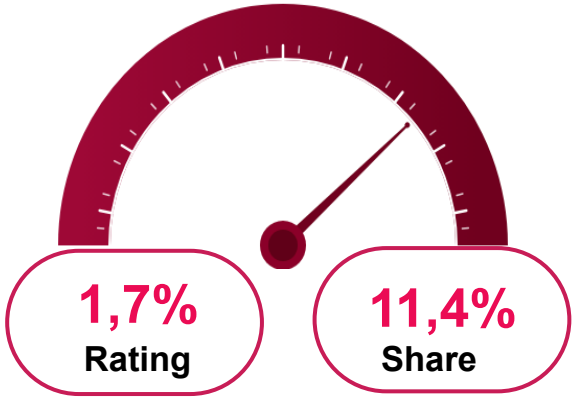
Aktivitas off-air seperti Festival ANTV Rame terjun langsung ke berbagai kota, menciptakan brand engagement fisik berskala besar yang mengamplifikasi rating siaran TV FTA dan memperluas integrasi lintas platform.

Mega Bollywood: Pemimpin Pasar Bollywood 2026

#1 Peringkat #1
Di Segmen
Ibu Rumah Tangga

Memimpin slot Mega Bollywood untuk audiens **Housewife** Terrestrial di Wilayah Non-Jawa

Performa Dominasi Pasar 2026



Capaian performa stabil selama **Periode Januari hingga Oktober 2026.**

Sumber: Nielsen Indonesia, 1 Jan – 31 Oktober 2026, TA Housewife, Terrestrial, Non Jawa Area. Slot Time 09.30-13.00

New Pipeline: Mega Bollywood Premiere









Potensi Pasar Luas Series India ANTV di *Rest of Area**, dan ANTV meraih posisi #2 dengan Share 11,8% pada segmen penonton istri dari kalangan rumah tangga menengah ke atas

**Rest of Area: area di luar 11 kota besar, sekitar 76 Kabupaten/Kota Urban kecuali Maluku dan Papua*

NATIONAL TERRE

WHH UM – Pop('000): 16.191

TV A	17,1
TV B	12,1
TV C	9,2
ANTV	**9,2**
TV D	7,9
TV E	7,3
TV F	5,5
TV G	5,0
TV H	4,3
TV I	3,4
TV J	3,2
TV K	2,6
TV L	2,1
TV M	2,1
TV N	2,1
TV O	1,5
TV P	1,0
TV Q	0,7
TV R	0,7
TV S	0,6
TV T	0,4
TV U	0,3
TV V	0,3

11 CITIES TERRE

WHH UM – Pop('000): 7.509 (46%)

TV A	19,1
TV B	12,6
TV C	9,5
TV D	8,3
TV E	7,9
ANTV	**6,4**
TV F	5,3
TV G	4,7
TV H	3,5
TV I	3,5
TV J	3,0
TV K	2,9
TV L	2,8
TV M	2,0
TV N	1,9
TV O	1,7
TV P	0,8
TV Q	0,7
TV R	0,5
TV S	0,4
TV T	0,4
TV U	0,3
TV V	0,2

REST OF AREA TERRE

WHH UM – Pop('000): 8.682 (54%)

TV A	15,3
ANTV	**11,8**
TV B	11,6
TV C	9,0
TV D	7,6
TV E	6,7
TV F	6,2
TV G	5,0
TV H	4,7
TV I	3,4
TV J	3,3
TV K	2,3
TV L	2,3
TV M	2,2
TV N	1,4
TV O	1,2
TV P	1,2
TV Q	1,0
TV R	0,8
TV S	0,8
TV T	0,4
TV U	0,3
TV V	0,3

ANTV UNGGUL DI REST OF AREA
DIDORONG OLEH KEKUATAN BLOCK SERIES INDIA

STRATEGI KONTEN YANG TEPAT
MENCIPTAKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF
DAN NILAI BISNIS BERKELANJUTAN

New Pipeline
Indian Series

TUM SE TUM TAK



JAGADHATRI



GANGAA MAI KI BETIYAN



MANNAT



Sumber: Nielsen, 1 Jan – 31 Oktober 2026, Slot 13.00-17.59, Wife of Head Household UM, Terrestrial Database

Iconic IP Series Local Drama

ANTV akan fokus menghadirkan local drama series berbasis IP kuat dengan ikon artis Indonesia, membangun daya tarik baru untuk memperkuat engagement audiens dan relevansi bagi brand.

IP KUAT & RELEVAN
Cerita yang dekat dengan budaya dan emosi masyarakat Indonesia.

ARTIS IKON INDONESIA
Diperankan oleh talenta terbaik yang memiliki daya tarik luas.

ENGAGEMENT & BRAND IMPACT
Konten berkualitas yang menciptakan koneksi kuat antara brand dan audiens.

PREMIUM CONTENT WITH LOW COST
Membangun aliansi strategis melalui skema sharing cost dengan OTT platform (Netflix & OTT lainnya) untuk memperluas akses konten premium.

SUCCESS STORIES



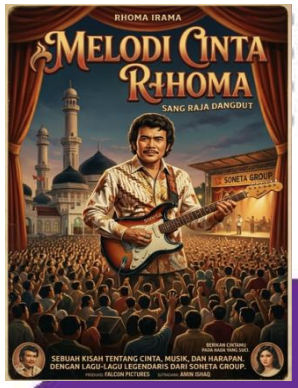


COMING SOON









STRATEGI PENJADWALAN: 4 DAYPART

*TA: Target Audience Utama

ZONA 1

PAGI (06.00 – 09.30 | 3,5 JAM)
Religi & TV Magazine

ZONA 2

SIANG-SORE (09.30 – 18.00 | 8,5 JAM)
Mega Bollywood & Indian Series (Maintenance)

ZONA 3

PRIME TIME (18.00 – 21.00 | 3 JAM)
Local Series (Challenge Competition)

ZONA 4

MALAM (21.00 – 01.00 | 4 JAM)
Indonesian/Mandarin/Hollywood Movies.

VARIASI PROGRAM
OPPORTUNITY TO IMPROVE PERFORMANCE
TA: MOM WITH KIDS<10, FEMALE 25-44

MENJAGA BACKBONE PERFORMA YANG MENJADI USP (UNIQUE SELLING POINT)
TA: HOUSEWIFE, FEMALE 35+

MEMPERKUAT KONTEN DRAMA LOKAL
BERSAING DENGAN KOMPETITOR
REVENUE GROWTH | MENDAPATKAN SLOT SPONSORSHIP
TA: FAMILY, MF 15+ MIDDLE SEC

MENJAGA KESEIMBANGAN BIAYA DAN KINERJA
TA: MF35+, MALE 35+

SISA KONTRIBUSI DINI HARI (01.00 – 06.00 | 5 JAM)
Rerun Inventory (Movie/Series/Entertainment)

PENGUATAN SPONSORSHIP SEBAGAI PENGGERAK PERTUMBUHAN BISNIS

TERINTEGRASI
Kehadiran merek yang terintegrasi dalam konten premium

PREMIUM
Inventori bernilai tinggi untuk eksposur maksimal

DI LUAR TAYANGAN
Melibatkan audiens lebih luas di luar layar

KUSTOMISASI MUSIMAN
Selaras dengan momen penting yang relevan

KOLABORASI FLEKSIBEL
Branding yang disesuaikan dan solusi kolaboratif inovatif

MENJAGA PENDAPATAN INTI MELALUI

CPRP | PDKT | REGULER



BUILT IN CONVENSIONAL



BUILT IN INDIAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE

INTEGRASI MEREK DIGITAL



DIGITAL BRAND INTEGRATION

FREEZE BREAK

DI LUAR TAYANGAN









KUSTOMISASI MUSIMAN



KOLABORASI FLEKSIBEL



Tiga pilar strategi yang terintegrasi untuk **melindungi pendapatan inti, menciptakan nilai lebih,** dan **memperluas akses pasar** secara berkelanjutan.

Kinerja ANTV Digital

Social Media TikTok meningkat 139% dengan Pendapatan digital mencapai Rp 4,2 miliar

Key Performance- Okt 2026

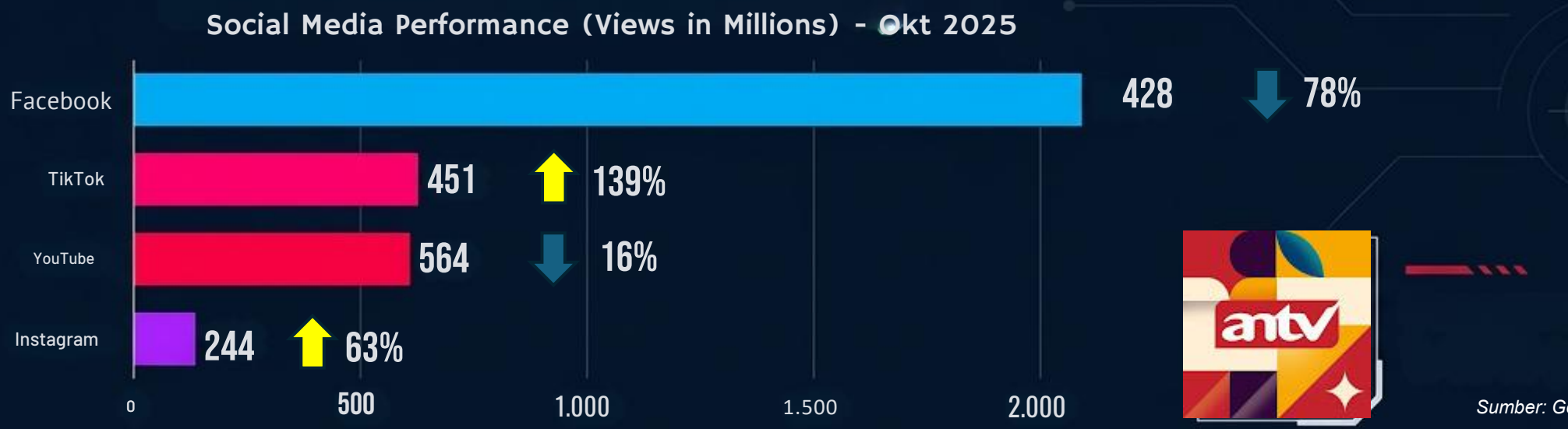
YouTube Views:
564 Juta

Engagement Rate (ER): 1,6%

Social Media Reach:
217 Juta

Pertumbuhan 33%

Pendapatan Digital
Rp 4,2 Miliar



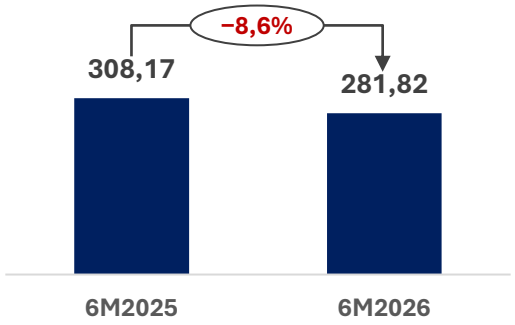
Sumber: Google Analytics Jan- 31 Oktober 2026

Kinerja Keuangan Perseroan 6M2026

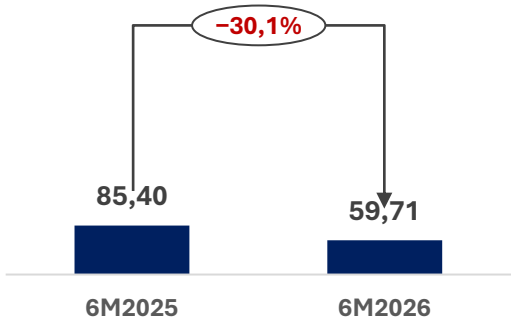
Kinerja Keuangan MDIA 6M2026

Key Highlight: Perseroan tetap mencatatkan EBITDA margin yang sehat 21,2% serta penurunan liabilitas sebesar 17,1%

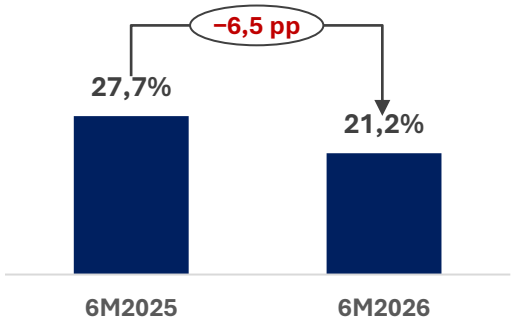
Total Revenue (Rp bn)



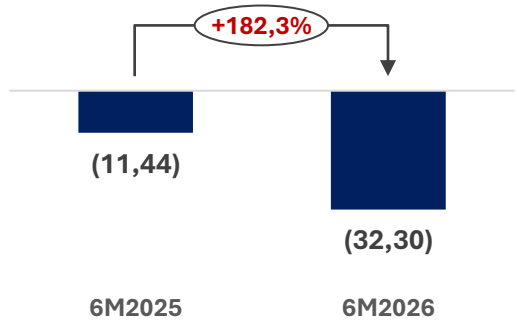
EBITDA (Rp bn)



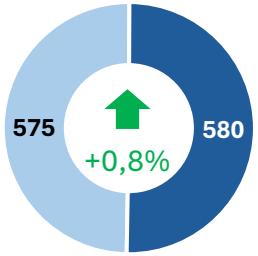
EBITDA Margin (%)



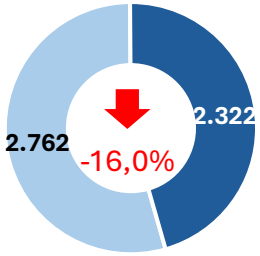
Net Income (Rp bn)



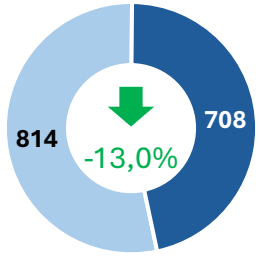
Current Asset (Rp bn)



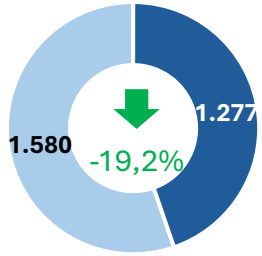
Non-Current Asset (Rp bn)



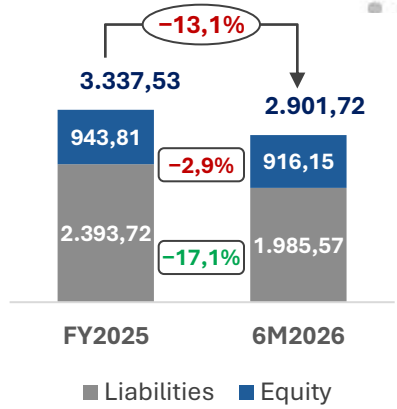
Current Liabilities (Rp bn)



Non-Current Liabilities (Rp bn)



Total Liabilities & Equity



TERIMA KASIH