



Katalog BPS: 8305004

STATISTIK PERUSAHAAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI 2015

*STATISTICS OF INFORMATION AND COMMUNICATION
2015*



BADAN PUSAT STATISTIK
Statistics Indonesia

STATISTIK PERUSAHAAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI 2015

*STATISTICS OF INFORMATION AND COMMUNICATION
2015*



<http://www.bps.go.id>

Statistik Perusahaan Informasi dan Komunikasi, 2015

Statistics of Information and Communication, 2015

ISBN: 978-979-064-878-4

No. Publikasi/Publication Number: 06320.1502

Katalog BPS/BPS Catalog: 8305004

Ukuran Buku/Book Size: 25,7 cm X 18,2 cm

Jumlah Halaman/Number of Pages: xviii + 124 halaman/pages

Naskah/Manuscript:

Sub Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi

Sub-directorate of Information and Communication Technology Statistics

Gambar/Figures:

Sub Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi

Sub-directorate of Information and Communication Technology Statistics

Diterbitkan oleh/Published by:

©**Badan Pusat Statistik/BPS-Statistics Indonesia**

Dilarang mengumumkan, mendistribusikan, mengomunikasikan, dan/atau menggandakan sebagian atau seluruh isi buku ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari Badan Pusat Statistik

Prohibited to announce, distribute, communicate, and/or copy part or all of this book for commercial purposes without permission from BPS-Statistics Indonesia

TIM PENYUSUN
CORE TEAM

Penanggung Jawab Umum : Sentot Bangun Widoyono
General Person in Charge

Penanggung Jawab Teknis : Eni Lestariningsih
Technical Person in Charge

Editor : Mitra Wardhini
Editor Eka Sari
Tedjo Sujono

Penulis : Sarip Utoyo
Writer

Pengolah Data/Penyiapan Draft : Ai Dewi Robiatul Adawiah
Data Processor/Draft Design Tri Sutarsih
Susi Susyanti
Khairul Amri
Vera Citra Wulandari
Rima Untari
Yanto Setianto
Sarip Utoyo

Penerjemah : Gusnisa Siswayu
Translator Karmila Maharani
Atika Nashirah Hasyati
Nia Anggraini Rozama
Zumrotul Ilmiyah

Gambar Kulit : Yanto Setianto
Art Designer

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas perkenan-Nya sehingga Publikasi Statistik Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015 dapat diselesaikan dan diterbitkan sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Publikasi ini merupakan publikasi tahunan yang diterbitkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), sebagai hasil dari pelaksanaan Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015.

Data dan informasi yang dikumpulkan dalam Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015 meliputi berbagai kegiatan usaha yang tergolong dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009 Kategori J yang terdiri atas usaha penerbitan, rumah produksi, bioskop, penyiaran dan pemrograman, jaringan telekomunikasi, dan jasa telekomunikasi khususnya jasa *internet service provider*, warung internet, dan televisi berbayar.

Dengan adanya Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015 ini, diharapkan dapat meningkatkan ketersediaan data statistik teknologi informasi dan komunikasi yang akhir-akhir ini semakin dibutuhkan oleh kalangan pengguna data dari berbagai segmen. Di sisi lain, sejalan dengan Visi BPS "Pelopor Data Statistik Terpercaya untuk Semua", maka kualitas data statistik teknologi informasi dan komunikasi akan terus ditingkatkan agar dapat diandalkan sebagai data statistik terpercaya bagi semua.

Akhirnya saya sampaikan penghargaan dan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuannya sehingga publikasi ini dapat diterbitkan.

Jakarta, Oktober 2015

KEPALA BADAN PUSAT STATISTIK
REPUBLIK INDONESIA



Dr. SURYAMIN, M.Sc.

PREFACE

This publication is an annual publication published by BPS-Statistics Indonesia, as the result of Survey of Information and Communication Company conducted in 2015.

The data and information collected in this Survey cover business activities referring to the Indonesian Standard Industrial Classification (ISIC) 2009 Category J and consisting of publishing, production house, cinema, broadcasting and programming, telecommunications network, and telecommunications services in particular internet service providers, internet cafes, and cables televisions.

The results of the survey add the availability of statistical data for information and communication technology. Recently, the demand from various segments of data users increases. On the other hand, in line with the BPS Vision “the Provider of the thrushworthy statistics for all”, the quality data statistics for information and communication technology will be improved continuously.

Finally my appreciation and thanks to all those who make contribution, so that it can be ready and issued on time.

Jakarta, October 2015

BPS-STATISTICS INDONESIA



Dr. SURYAMIN, M.Sc.

Chief Statistician

DAFTAR ISI CONTENTS

	Halaman <i>Page</i>
KATA PENGANTAR/ <i>PREFACE</i>	v
DAFTAR ISI/ <i>CONTENTS</i>	vii
DAFTAR GAMBAR/ <i>LIST OF FIGURES</i>	ix
DAFTAR LAMPIRAN/ <i>LIST OF APPENDICES</i>	xiii
1 PENDAHULUAN/ <i>INTRODUCTION</i>	3
2 METODE PENGUMPULAN DATA/ <i>DATA COLLECTING METHOD</i>	9
3 RUANG LINGKUP DAN CAKUPAN/ <i>SCOPE AND COVERAGE</i>	15
4 KONSEP DAN DEFINISI/ <i>CONCEPT AND DEFINITION</i>	19
5 GAMBARAN UMUM/ <i>OVERVIEW</i>	35
LAMPIRAN TABEL/ <i>APPENDIX OF TABLES</i>	77

DAFTAR GAMBAR
LIST OF FIGURES

			Halaman Page
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	1	Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan, 2015 <i>Percentage of of Information and Communication Company by Legal Entity/Company/Licensing, 2015</i>	35
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	2	Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Jenis Kelamin, 2014 <i>The Percentage of Information and Communication Company's Workers by Sex, 2014</i>	36
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	3	Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Tingkat Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Information and Communication Company's Workers by Level of Education, 2014</i>	37
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	4	Persentase Judul Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2014 <i>The Percentage of Book Titles Published by Type/Category, 2014</i>	38
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	5	Persentase Oplah Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2014 <i>Percentage of Circulation Published Books by Type/Category, 2014</i>	39
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	6	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku yang Menerbitkan dan Tidak Menerbitkan E-book, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Companies which Publish and Not Publish E-book, 2014</i>	40
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	7	Rata-Rata Oplah Terbitan Berkala yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2014 <i>Average of Copies Periodical Publishing Published by Type/Category, 2014</i>	41
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	8	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala yang Menyediakan Media Elektronik, 2014 <i>Percentage of Periodical Publishing Company that Provides Electronic Media, 2014</i>	42
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	9	Rata-Rata Harga Eceran Resmi Terbitan Berkala, 2014 <i>Average of Official Retail Price Periodical Publishing, 2014</i>	43
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	10	Persentase Perusahaan Rumah Produksi dan Rata-Rata Produk yang Dihasilkan menurut Jenis Produk, 2014 <i>Percentage of Production House Company and Average of Products by Type of Products , 2014.....</i>	44
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	11	Persentase Bioskop Menurut Jenis dan Kelompok Bioskop, 2014 <i>Percentage of Cinemas by Cinemas Type and Group, 2014</i>	46
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	12	Persentase Judul Film yang Diputar Menurut Jenis Bioskop dan Genre, 2014 <i>Percentage of Film's Title Screened by Cinemas Type and Genre, 2014</i>	47

<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	13	Persentase Judul Film yang Diputar Menurut Jenis Bioskop dan Negara Asal Film, 2014 <i>Percentage of Film's Title Screened by Cinema Type and Film's Country of Origin, 2014</i>	48
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	14	Persentase Bioskop yang Melayani Penjualan Tiket Secara Elektronik menurut Jenis Bioskop, 2014 <i>Percentage Cinema Serving the Electronic Ticket Sales by Type Cinema, 2014</i>	49
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	15	Rata-Rata Harga Tiket Masuk menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2014 <i>Average of Ticket Price by Cinema Type and Group Day, 2014</i>	50
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	16	Persentase Jumlah Layar menurut Jenis Bioskop, 2014 <i>Percentage of Number of Cinema Screens by Type, 2014</i>	51
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	17	Rata-rata Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop, 2014 <i>Average and Percentage of Number of Tickets Sold by Cinema Type, 2014</i>	52
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	18	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/Acara Unggulan/Favorit dalam Sebulan dan Jenis Kegiatan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Favorites Program/Show a Month and Type of Activity, 2014</i>	53
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	19	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Sex of Persons in Charge, 2014</i>	54
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	20	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Licensing, 2014</i>	55
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	21	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran dalam Sehari, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Duration a Day, 2014</i>	56
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	22	Rata-rata Durasi Siaran (jam) Dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan, 2014 <i>Average Number of Broadcast Duration (hour) a Day of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2014</i>	57
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	23	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Program Bahasa Asing, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Foreign Language Programs Availability, 2014</i>	58
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	24	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Penyediaan Layanan Siaran Melalui Internet, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Services, 2014</i>	59

<u>Gambar</u>	25	Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Jenis Kegiatan dan Gelombang Frekuensi Siaran, 2014 <i>Percentage of Radio Broadcasting Company by Type of Activity and Broadcast Frequency, 2014</i>	60
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	26	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Jenis Kegiatan dan Sinyal Tranmisi Siaran, 2014 <i>Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Transmision Signal, 2014</i>	61
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	27	Persentase Jumlah Pelanggan Telepon menurut Produk Pelayanan, 2014 <i>Percentage of Number of Subscribers by Service Products, 2014</i>	62
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	28	Persentase Lalu Lintas Layanan menurut Produk Pelayanan, 2013–2014 <i>Percentage of Service Traffic by Service Products, 2013–2014</i>	63
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	29	Persentase Jumlah Pelanggan yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan, 2013–2014 <i>Percentage of Subscribers Accessing Internet by Service Product, 2013–2014</i>	64
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	30	Persentase Pelanggan Telepon yang Mengakses Internet/Data menurut Produk dan Jenis Pelayanan, 2014 <i>Percentage of Subscribers Accessing Internet/Data by Product and Type of Service, 2014</i>	65
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	31	Rata-Rata Trafik Data GPRS, 2013–2014 <i>Average of GPRS Data Traffic, 2013–2014</i>	66
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	32	Rata-Rata Tarif Berlangganan Internet dalam Satu Bulan, 2014 <i>Average of Internet Subscription Rate a Month, 2014</i>	66
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	33	Jumlah Base Transceiver Station (BTS), 2014 <i>Total of Base Transceiver Station (BTS), 2014</i>	67
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	34	Persentase Pelanggan Perusahaan Jasa ISP Menurut Layanan Akses yang Digunakan, 2014 <i>Percentage of ISP Services Company Subscriber by Service Access Used, 2014</i>	68
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	35	Rata-rata Kapasitas Bandwidth per Perusahaan menurut Jenis Sambungan, 2014 <i>Average of Bandwidth Capacity per ISP company by Connection Type, 2014</i>	69
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	36	Persentase Pelanggan Perusahaan Jasa ISP Menurut Kecepatannya, 2014 <i>Percentage of ISP Services Company Subscriber by by Speed Levels, 2014</i>	69
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	37	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha, 2014 <i>Percentage of Internet Cafe by Business Location, 2014</i>	70
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	38	Persentase Pelanggan TV Berbayar, 2014 <i>Percentage of Cable-TV Subscriber, 2014</i>	71
<u>Figure</u>			
<u>Gambar</u>	39	Persentase Pelanggan TV Berbayar Menurut Jenis Paket Tahun 2014 <i>Percentage of Cable-TV subscriber by Types of Package, 2014</i>	72
<u>Figure</u>			

<u>Gambar</u>		Persentase Teknologi Distribusi Perusahaan TV Berbayar, 2015	
<u>Figure</u>	40	<i>Percentage Technology Distribution of Cable-TV Company, 2015</i>	72
<u>Gambar</u>		Persentase Saluran TV Berbayar, 2014	
<u>Figure</u>	41	<i>Percentage of Cable-TV Channels, 2014</i>	73
<u>Gambar</u>		Persentase Format Gambar TV Berbayar, 2014	
<u>Figure</u>	42	<i>Percentage of Cable-TV Format Picture, 2014</i>	73

<http://www.bps.go.id>

DAFTAR LAMPIRAN
LIST of APPENDIX

			Halaman Page
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	1	Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan, 2015 <i>Percentage of Information and Communications Company by Industrial Classification and Legal Entity/Business Entity/Licensing, 2015</i>	77
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	2	Persentase Pekerja Tetap Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Permanent Male Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014</i>	78
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	3	Persentase Pekerja Tetap Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Permanent Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014</i>	79
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	4	Persentase Pekerja Tetap (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Permanent Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014</i>	80
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	5	Persentase Pekerja Kontrak Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Contract Male Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014</i>	81
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	6	Persentase Pekerja Kontrak Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Contract Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014</i>	82
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	7	Persentase Pekerja Kontrak (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014 <i>Percentage of Contract Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014</i>	83

<u>Tabel</u> <i>Table</i>	8	Persentase Pekerja (Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Status Pekerja, 2014 <i>Percentage of Workers (Including Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Status of Workers, 2014</i>	84
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	9	Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan dan Jenis Penerbitan, 2014 <i>Percentage of Publishing Company by Legal Entity/Business Entity/Type of Licensing and Publishing, 2014</i>	85
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	10	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan dan Jenis Buku yang Diterbitkan, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by Legal Entity/Business Entity/Licensing and Type of Book Published</i>	86
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	11	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan dan Jenis Terbitan Berkala, 2014 <i>Percentage of Periodical Publishing Company by Legal Entity/Business Entity/Licensing and Type of Periodical Publishing, 2014</i>	87
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	12	Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Penanaman Modal dan Jenis Penerbitan Utama, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by Capital Investment Status and Type of Main Publishing, 2014</i>	88
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	13	Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Jaringan Perusahaan dan Jenis Penerbitan Utama, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by Company Network Status and Type of Main Publishing, 2014</i>	88
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	14	Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Ketergabungan dengan Grup Media dan Jenis Penerbitan Utama, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by Incorporation Status with Group Media and Type of Main Publishing, 2014</i>	89
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	15	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Keikutsertaan dalam Pameran Buku, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by The Type of Book Published and Participation in Book Fair, 2014</i>	89
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	16	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Lingkup Pameran yang Pernah Diikuti, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by The Type of Book Published and Scope of Exhibition Ever Followed, 2014</i>	90
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	17	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Ketersediaan E-book, 2014 <i>Percentage of Book Publishing Company by The Type of Book Published and Availability of E-book, 2014</i>	90

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	18	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014 <i>Percentage of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014</i>	91
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	19	Persentase Oplah Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014 <i>Percentage of Copies of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014</i>	91
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	20	Rata-Rata Oplah (Eksemplar) Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014 <i>Average of Copies of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014</i>	92
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	21	Rata-Rata Harga Eceran Resmi (Rupiah) Terbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014 <i>Average of Official Retail Price (Rupiah) of Periodical Publishing by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014</i>	92
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	22	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Ketersediaan Media Elektronik/Online, 2014 <i>Percentage of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Availability of Electronic/Online Media, 2014</i>	93
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	23	Persentase Bioskop menurut Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2014 <i>Percentage of Cinema by Sex of Persons in Charge, 2014</i>	94
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	24	Persentase Bioskop menurut Jenis Kegiatan dan Tahun Mulai Beroperasi, 2014 <i>Percentage of Cinema by Type of Activity and Start of Operation, 2014</i>	94
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	25	Persentase Bioskop menurut Jenis Kegiatan dan Status Penanaman Modal, 2014 <i>Percentage of Cinema by Type of Activity and Investment Status, 2014</i>	95
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	26	Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Film yang Diputar, 2014 <i>Percentage of Cinema by Cinema Type and Film Screened, 2014</i>	95
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	27	Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Lokasi Usaha, 2014 <i>Percentage of Cinema by Cinema Type and Location of Business, 2014</i>	96
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	28	Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Jumlah Layar/Studio, 2014 <i>Percentage of Cinema by Cinema Type and Number of Screens/Studio, 2014</i>	96
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	29	Persentase Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop dan Metode Penjualan Tiket, 2014 <i>Percentage of Number of Tickets Sold by Cinema Type and Ticket Sales Methods, 2014</i>	97
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	30	Rata-rata Harga Tiket (Rupiah) Masuk menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2014 <i>Average of Ticket Price (IDR) by Cinema Type and Day Group, 2014</i>	97

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	31	Banyaknya Kapasitas Tempat Duduk Seluruh Studio menurut Jenis Bioskop, 2014 <i>Number of whole Studio Seating Capacity by Cinema Type, 2014</i>	98
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	32	Rata-rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Negara Asal, 2014 <i>Average of Title Films by Cinema Type and Country of Origin, 2014</i>	98
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	33	Rata-Rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Genre, 2014 <i>Average of Title Films by Cinema Type and Genre, 2014</i>	99
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	34	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Sex of Persons in Charge, 2014</i>	100
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	35	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Perizinan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Licensing, 2014</i>	101
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	36	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Tahun Mulai Beroperasi, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Start of Operation, 2014</i>	102
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	37	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Status Penanaman Modal, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Investment Status, 2014</i>	103
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	38	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Status Jaringan Perusahaan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Network Status, 2014</i>	104
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	39	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran Dalam Sehari <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Duration of Broadcast a Day, 2014</i>	105
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	40	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Program Bahasa Asing, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Foreign Language Programs Availability, 2014</i>	106
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	41	Rata-rata Durasi Siaran dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan, 2014 <i>Average of Broadcast Duration a Day in Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2014</i>	107
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	42	Persentase Program/Acara dalam Setahun menurut Jenis Kegiatan dan Produksi, 2014 <i>Percentage Program/Shows on the Year by Type of Activity and Production, 2014</i>	108

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	43	Rata-rata Persentase Waktu Penyiaran dalam Sebulan menurut Jenis Program/Acara dan Jenis Kegiatan, 2014 <i>Average of Percentage of Time Broadcasting in a Month by Type of Program/Show and Activity Type, 2014</i>	109
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	44	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/Acara Unggulan/Favorit dalam Sebulan dan Jenis Kegiatan, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Program/Show Featured/Favorite in a Month and Type of Activity, 2014</i>	110
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	45	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Layanan Siaran Melalui Internet, 2014 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Services Availability, 2014</i>	111
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	46	Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Frekuensi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2014 <i>Percentage of Radio Broadcasting Company by Broadcast Frequency and Type of Activity, 2014</i>	112
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	47	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Sinyal Transmisi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2014 <i>Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Broadcast Signal Transmission and Type of Activity, 2014</i>	112
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	48	Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2013 dan 2014 <i>Percentage of Total Telecommunication Network Company Subscribers by Service Product, 2013 and 2014</i>	113
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	49	Persentase Lalu Lintas Layanan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2013 dan 2014 <i>Percentage of Traffic Services of Telecommunication Network Company by Service Product, 2013 and 2014</i>	114
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	50	Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan, 2013 dan 2014 <i>Percentage of Total Subscribers of Telecommunication Network Company Who Accessing the Internet by Service Product, 2013 and 2014</i>	115
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	51	Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan dan Jenis Pelayanan, 2014 <i>Percentage of Total Subscribers of Telecommunication Network Company Who Accessing the Internet by Service Product and Service Type, 2014</i>	115
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	52	Persentase dan Kapasitas Bandwidth per Perusahaan ISP menurut Jenis Sambungan, 2014 <i>Percentage and Capacity of Bandwidth per ISP Company by Connection Type, 2014</i>	116
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	53	Persentase Perusahaan ISP menurut Kategori Kapasitas <i>Bandwidth</i> dan Jenis Sambungan, 2014 <i>Percentage of Bandwidth Capacity per ISP Company by Capacity Category and Connection Type, 2014</i>	116

<u>Tabel</u> <i>Table</i>	54	Persentase dan Rata-rata Pelanggan per Perusahaan ISP menurut Layanan Akses, 2014 <i>Percentage and Average of Subscribers per ISP Company by Access Services, 2014</i>	117
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	55	Persentase dan Rata-rata Jumlah Pelanggan Perusahaan ISP menurut Klasifikasi Kecepatan, 2014 <i>Percentage and Average of Number of ISP Company Subscribers by Speed Classification, 2014</i>	117
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	56	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Kapasitas Bandwidth, 2014 <i>Percentage of Internet Cafe by Business Location and Bandwidth Capacity, 2014</i>	118
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	57	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Jumlah Komputer, 2014 <i>Percentage of Internet Cafe by Business Location and Number of Client Computer, 2014</i>	119
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	58	Rata-rata Pengguna per Warnet, Lama Akses per Pengguna, Tarif Internet per Jam, dan Biaya per Pengguna menurut Lokasi Usaha, 2014 <i>Average of Users per Internet Cafe, Access Duration per User, Tariffs per hour, and The Cost per User by Business Location, 2014</i>	120
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	59	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Rata-rata Lama Akses Internet per Pengguna, 2014 <i>Percentage of Internet Cafe by Business Location and Average in Length of Internet Access per User, 2014</i>	121
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	60	Rata-Rata Kapasitas Bandwidth (kbps), Komputer (unit), dan Kapasitas Bandwidth per Komputer (kbps) Warnet menurut Lokasi Usaha, 2014 <i>Average of Bandwidth Capacity (kbps), Client Computer (units), and Bandwidth Capacity per Client Computer (kbps) of Internet Cafe by Business Location, 2014</i>	122
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	61	Persentase Saluran Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi, 2014 <i>Percentage of Cable TV Channels by Distribution Technology Type, 2014</i>	123
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	62	Persentase Format Gambar Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi, 2014 <i>Percentage of Cable TV Picture Format by Distribution Technology Type, 2014</i>	123
<u>Tabel</u> <i>Table</i>	63	Persentase Pelanggan Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi, 2014 <i>Percentage of Cable TV Subscribers by Distribution Technology Type, 2014 ..</i>	124



BADAN PUSAT STATISTIK

PENDAHULUAN

INTRODUCTION

1

BAB 1

1 PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menurut konsep dan definisi yang tercantum dalam wikipedia ialah payung besar terminologi yang mencakup seluruh peralatan teknis untuk memproses dan menyampaikan informasi.

TIK mencakup dua aspek yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, pengolahan, dan pengelolaan informasi. Teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya.

Teknologi informasi dan komunikasi adalah dua buah konsep yang tidak terpisahkan. Teknologi Informasi dan komunikasi mengandung pengertian luas yaitu segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, pengolahan, pengelolaan, pemindahan informasi antar media. Istilah TIK muncul setelah adanya perpaduan antara teknologi komputer (baik perangkat keras maupun perangkat lunak) dengan teknologi komunikasi pada pertengahan abad ke-20. Perpaduan kedua teknologi tersebut berkembang pesat melampaui bidang teknologi lainnya.

1 INTRODUCTION

Information and Communication Technology (ICT), according to wikipedia's concept and definition, is a big umbrella of terminology related to entire technical equipment to process and deliver information.

ICT covers two aspects, they are information technology and communication technology. Information technology covers everything related to the process, usage as assistant tools, processing, and information management. Whereas, communication technology is everything related to the usage as assistant tools to process and transfer data from one device to another.

The information and communication technology are two unseparable concepts. Information and communication technology have a broad understanding that is all activity related to the processing, managing, and transferring information between media. The ICT term emerged after the fusion of computer technology (both hardware and software) and communication technology in the mid of 20th century. The combination of these two technologies is developing rapidly surpassed any other technology.

Pesatnya perkembangan TIK merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diamati. Ketersediaan berbagai indikator-indikator TIK dan berbagai kajian peranan TIK terhadap pertumbuhan ekonomi, menjadi kebutuhan tinggi untuk terus ditingkatkan kualitas dan kuantitas datanya. Disadari atau tidak, perkembangan TIK telah membawa perubahan gaya hidup bagi setiap warga dunia yang mengalaminya.

Kemajuan yang telah dicapai manusia dalam bidang TIK merupakan sesuatu yang patut disyukuri, karena dengan kemajuan ini semakin memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan dan tugasnya.

Terlebih di negara kepulauan seperti Indonesia, kemajuan TIK dapat menghemat biaya dan lebih pro lingkungan, misalnya dengan penghematan penggunaan kertas (*paperless*).

Meski demikian, tidak semua penyampaian informasi tanpa menggunakan kertas. Masih banyak orang memiliki pengalaman psikologis yang tidak bisa tergantikan ketika membaca buku, majalah, atau koran digital yang bisa diunduh melalui internet. Membaca informasi versi digital, misalnya membaca buku atau koran dalam versi *e-book/e-paper* biasanya tidak merasakan kenikmatan yang sama ketika membaca dalam versi cetak.

A rapid development of ICT, an interesting phenomenon to observe. The availability of ICT indicators and its impact on economic growth, apparently become high in demand to be presented and improved both of the quality and quantity of the data. The development of ICT has brought a change of lifestyle for every citizen of the world who experience it.

Progress that has been achieved by human in the ICT field is something that should be grateful, because with this progress, it is easier for humans to do the work and their tasks.

Especially in an archipelagic country like Indonesia, ICT development can save money and also be more pro-environment, for example by saving the usage of paper (paperless).

However, not all the delivery of information without using paper. There are still a lot of people have a psychological experience that can not be replaced when reading books, magazines, or digital newspapers that can be downloaded via the internet. Read the digital version of information, such as reading a book or newspaper in e-book/e-paper versions usually people do not feel the same pleasure as well as reading the printed version.

Oleh sebab itu penyampaian informasi melalui barang cetakan sampai sekarang masih ditemui, baik melalui surat kabar (koran/tabloid/majalah), maupun buku-buku. Sehingga penggunaan kertas tak terelakkan, dan perusahaan penerbitan tetap diperlukan keberadaannya. Surat kabar dan buku menghadirkan informasi yang biasanya lebih lengkap dibandingkan berita di media elektronik.

Akan tetapi selain media cetak, masyarakat juga mengenal media elektronik seperti radio dan televisi (TV). Kelebihan radio dan televisi dikarenakan kecepatan penyampaian informasi jauh lebih cepat daripada media cetak. Bahkan, sebagian informasi dapat disampaikan secara langsung (*live*).

Disamping beberapa media diatas ada pula rumah produksi sebagai pendukung pembuatan program/acara. Rumah produksi bukan hanya memproduksi program/acara, melainkan juga berperan dalam produksi dan paska produksi gambar bergerak.

Beberapa daerah di Indonesia sejak 2013 telah memasuki era penyiaran TV Digital terrestrial *free-to-air*. Sistem penyiaran televisi digital ini mampu memancarkan sinyal gambar dan suara dengan kualitas penerimaan yang lebih tajam serta jernih di layar TV dibandingkan siaran analog.

Therefore, the delivery of information through printed materials are still encountered, either through newspapers (newspaper/ tabloid/ magazines), or books. So, the use of paper is inevitable, and publishing companies existence is still necessary. Newspapers and books are usually brings more complete information than the news in the electronic media.

In addition to print media, people also know electronic media as radio and television (TV). The advantages of radio and television are the speed of information delivery much faster than the print media, and they do not need to wait for printing. Even, most of the information can be delivered directly (live).

There is also a production house as a supporter of making the program/show. In fact, not only produces programs/shows, production house also plays a role in the production and post-production of motion picture.

Some region in Indonesia since 2013 have entered the era of digital TV broadcasting terrestrial free-to-air. Digital television broadcasting system is capable of transmitting picture signal and sound with sharper and clearer reception quality on the TV screen than analog broadcast.

Seperti halnya penyiaran, untuk jasa multimedia, khususnya warung internet (warnet) merupakan sarana TIK yang cenderung semakin populer dan dibutuhkan oleh masyarakat. Indikator TIK yang dapat diukur meliputi tersedianya sarana dan prasarana informasi, baik informasi suara (audio), video maupun data, juga beberapa indikator lain seperti jumlah pelanggan.

Dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009 kegiatan penerbitan, penyiaran, rumah produksi, bioskop, dan jasa multimedia dicakup dalam kategori J (Informasi dan Komunikasi). Kegiatan ini meliputi empat golongan pokok, yaitu: a) penerbitan; b) produksi gambar bergerak, video dan program televisi, perekaman suara dan penerbitan musik; c) penyiaran pemrograman; dan d) telekomunikasi.

Perkembangan TIK dapat digunakan oleh para pengambil kebijakan untuk menentukan strategi pembangunan yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi baik secara nasional maupun regional. Penyediaan data Statistik Informasi dan Komunikasi yang disajikan dalam publikasi ini merupakan salah satu upaya untuk memenuhi permintaan pengguna data terhadap ketersediaan data statistik TIK yang makin lengkap dan berkualitas.

As well as broadcasting for multimedia services, particularly internet cafes (warnet) are the most widespread ICT tool used at this time. The development of ICT can be seen from the availability of information infrastructure, such as voice information (audio), video and data, and also several other indicators such as the number of subscribers.

In the Indonesia Standard Industrial Classification (ISIC) 2009 publishing, broadcasting, production houses, cinemas, and multimedia services activities are covered by the category J (Information and Communication). The activities include four principal categories, namely: a) publishing; b) production of motion picture, video and television programs, sound recording and music publishing; c) broadcasting programming, and d) telecommunications.

The development of ICT can be used by policy makers to determine the development strategy related to the information and communication technology both nationally and regionally. The provision of ICT data statistics presented in this publication are intended to meet the needs of all data users towards the more complete and qualified of ICT data statistics.



BADAN PUSAT STATISTIK

METODE PENGUMPULAN DATA

***DATA COLLECTING
METHOD***

2

BAB 2

2 METODE PENGUMPULAN DATA

Data perusahaan teknologi informasi dan komunikasi yang disajikan dalam publikasi ini bersumber dari hasil pencacahan survei perusahaan yang mencakup usaha penerbitan, rumah produksi, bioskop, penyiaran dan pemrograman, jaringan telekomunikasi, dan jasa multimedia. Survei ini dilaksanakan oleh BPS RI, BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota. Masa pencacahan dilakukan secara serentak di seluruh Indonesia pada pertengahan 2015.

Pencacahan melalui 2 (dua) cara yaitu secara sensus dan sampel di seluruh provinsi di Indonesia. Pencacahan secara sensus dilakukan pada perusahaan penyiaran dan pemrograman untuk TV nasional (termasuk TV swasta), perusahaan jaringan telekomunikasi, dan perusahaan jasa multimedia khusus televisi berbayar.

Pencacahan secara sampel dilakukan untuk perusahaan penerbitan, rumah produksi, bioskop, perusahaan penyiaran dan pemrograman selain televisi swasta nasional, dan perusahaan jasa multimedia untuk ISP dan warnet.

2 DATA COLLECTING METHOD

Statistics of information and communications technology in this publication are derived from the results of the data collection from the establishment based survey which is covered the establishment of publishing, production house, cinema, broadcasting and programming, telecommunications networks company, and multimedia services. This survey is conducted by BPS RI, BPS Provinces and BPS Regency/City. Enumeration period was conducted simultaneously throughout Indonesia in the mid of 2015.

Enumeration conducted by two (2) types, census for certain establishment, and sample for some categories of establishment in all provinces in Indonesia. The census data collection is conducted on broadcasting and programming company for national TV (including private TV), telecommunications networks company, and multimedia services company specialized in cable television.

Meanwhile, the sampling data collection is done for the publishing company, production house, cinema, broadcasting and programming company beside national private television, and multimedia services company for ISP and Internet cafes.

Metode penarikan sampel dengan *probability proportional to size* (PPS) berdasarkan lima kerangka sampel yaitu kerangka sampel perusahaan penerbitan, rumah produksi, bioskop, penyiaran dan pemrograman, dan perusahaan jasa multimedia.

Kerangka sampel perusahaan penerbitan dibentuk dari daftar usaha hasil listing SE 2006 yang diperbarui dengan daftar perusahaan dari asosiasi-asosiasi seperti Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), Serikat Penerbit Surat Kabar Indonesia (SPSI), dan dari sumber lain yaitu internet.

Kerangka sampel kegiatan rumah produksi dibentuk dari daftar usaha rumah produksi yang ada pada Direktorat Pengembangan Industri Perfilman Kementerian Pariwisata dan dari sumber lain yaitu internet.

Kerangka sampel kegiatan bioskop dibentuk dari Direktori Direktorat Pengembangan Industri Perfilman, Kementerian Pariwisata, dan sumber lain yaitu internet.

Sampling method by using probability proportional to size (PPS) based on five sample frames, they are publishing, production house, cinema, broadcasting and programming, multimedia services company sampling frame.

Sampling frame of publishing company is formed from the list of business in SE 2006 listing results, which is updated with the list of companies associations, such as the Indonesian Publishers Association (IKAPI), the Society of Newspaper Publishers Indonesia (SPSI), and from other sources such as the internet.

Sampling frame of production house activities is formed from the list of production house businesses that existed at the Film Industry Development Directorate of the Ministry of Tourism, and other sources such as the internet.

Sampling frame of the cinema activities is formed from the Directory of the Film Industry Development Directorate, Ministry of Tourism, and other sources such as the internet.

Kerangka sampel perusahaan penyiaran dan pemrograman dibentuk dari daftar usaha hasil *listing* SE 2006, daftar perusahaan dari asosiasi-asosiasi seperti Asosiasi Televisi Lokal Indonesia (ATVLI), Asosiasi Televisi Swasta Indonesia (ATVSI), Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI), dan dari sumber lain yaitu internet.

Kerangka sampel perusahaan jasa multimedia dibentuk dari daftar perusahaan hasil *listing* SE 2006, *updating* perusahaan KTI 2009, dan dari sumber lain yaitu internet.

Klasifikasi yang digunakan merujuk pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009 Kategori J (Informasi dan Komunikasi) dengan Golongan Pokok 58 (Penerbitan), 59 (Produksi Gambar Bergerak, Video dan Program Televisi, Perekaman Suara dan Penerbitan Musik), 60 (Penyiaran dan Pemrograman), serta 61 (Telekomunikasi).

Sampling frame of Broadcasting and programming company is formed from the list of business in SE 2006 listing results, the list of company from associations, such as the Association of Indonesian Local TV (ATVLI), Association of Indonesian Private Television (ATVSI), Association of Indonesian National Private Radio Broadcasting (PRSSNI), and from other sources such as the Internet.

Sampling frame for multimedia services company is formed from the list of business in SE 2006 listing results, updating of ICT company 2009, and from other sources such as the Internet.

Classification that is used in this publication refers to the Standard Industrial Classification of Indonesia (ISIC) 2009 Category J (Information and Communication) with Principal Group 58 (Publishing), 59 (Motion Image Production, Video and Television Program, Voice Recording and Music Publishing), 60 (Broadcasting and Programming), and 61 (Telecommunications).



BADAN PUSAT STATISTIK

RUANG LINGKUP DAN CAKUPAN

SCOPE AND COVERAGE

3

3 RUANG LINGKUP DAN CAKUPAN

Pencacahan perusahaan Informasi dan Komunikasi dilaksanakan oleh para petugas BPS baik BPS Provinsi maupun BPS Kabupaten/Kota. Dengan mempertimbangkan lokasi keberadaan perusahaan TIK, terpilih sejumlah kabupaten/kota di 34 provinsi yang sebagian besar adalah ibukota provinsi.

Dalam publikasi ini data yang disajikan meliputi:

1. Perusahaan penerbitan buku, surat kabar, jurnal, buletin atau majalah meliputi: jenis buku yang diterbitkan, ketersediaan *e-book*, jenis penerbitan berkala, wilayah peredaran, ketersediaan media elektronik, segmentasi pembaca, dan lain-lain.
2. Rumah Produksi meliputi: pembuatan gambar bergerak menurut genre, jasa pasca produksi, dan lain-lain.
3. Bioskop meliputi: banyaknya tiket terjual, kapasitas tempat duduk, negara asal film, dan lain-lain.
4. Perusahaan penyiaran meliputi: perusahaan penyiaran radio serta perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi meliputi: program/acara unggulan/favorite, durasi siaran per program/acara, rata-rata biaya pemasangan iklan per *spot*, dan lain-lain.

3 SCOPE AND COVERAGE

The enumeration for the Survey of Information and Communication Technology conducted by the BPS officers either BPS Province or BPS District/City. In consideration of the location of ICT companies, number of districts/cities are selected in 34 provinces that mostly in the provincial capital.

Data statistics presented in the publication cover:

1. *Book publishing, newspapers, journals, newsletters or magazines companies include: types of books published, the availability of e-books, periodical publishing types, distribution areas, the availability of electronic media, readers segmentation, and others.*
2. *Production House include: the creation of the moving image by genre, post-production services, and others.*
3. *Cinemas include: the number of tickets sold, seating capacity, country of origin of the film, and others.*
4. *Broadcasting companies include: radio broadcasting companies and broadcasting and programming television include: program/main show/favorite, broadcast duration per program/show, the average advertising cost per spot, and others.*

5. Perusahaan jaringan telekomunikasi meliputi: pengoperasian, perawatan atau penyediaan akses pada fasilitas untuk pengiriman suara, data, teks, bunyi dan video dengan menggunakan infrastruktur kabel telekomunikasi, infrastruktur telekomunikasi tanpa kabel, dan infrastruktur telekomunikasi satelit.
6. Jasa multimedia meliputi perusahaan jasa *internet service provider/ISP*, warung internet (warnet) dan televisi berbayar. Perusahaan jasa *internet service provider/ISP* dan warung internet (warnet) meliputi: data kapasitas bandwidth, rata-rata pemakaian per perusahaan ISP, persentase warung internet menurut lokasi usaha, rata-rata lama akses internet, dan lain-lain. Televisi berbayar meliputi persentase perusahaan TV berbayar menurut jenis teknologi dan saluran, dan persentase perusahaan TV berbayar menurut jenis teknologi dan format gambar.
- 5 *Telecommunications network company include: operating, maintaining or providing access to facilities for the transmission of voice, data, text, sound, and video using wired telecommunications infrastructure, telecommunications infrastructure without cable, and satellite telecommunications infrastructure.*
- 6 *Multimedia services include internet service providers companies/ISP, internet cafes (warnet) and pay television. Internet services providers company/ISP and internet cafes (cafe) include: data capacity bandwidth, the average of usage per ISP companies, the percentage of internet cafes (warnet) by businesses location, the average in length of internet access, and others. Cable TV include the percentage of cable TV companies by type of technology and channel, and the percentage of cable TV companies by type of technology and image formats.*



KONSEP DAN DEFINISI

CONCEPT AND DEFINITION

4

4 KONSEP DAN DEFINISI

Untuk memudahkan dalam memahami istilah-istilah dalam publikasi ini, berikut merupakan konsep dan definisi yang digunakan:

- a. **Perusahaan** ialah setiap bentuk usaha yang menjalankan jenis usaha yang bersifat tetap, terus menerus, yang didirikan, bekerja dan berkedudukan dalam wilayah Indonesia untuk tujuan memperoleh keuntungan dan/atau laba.
- b. **Usaha** ialah suatu kegiatan ekonomi yang bertujuan menghasilkan barang/jasa untuk diperjualbelikan atau ditukar dengan barang lain, dan ada seorang atau lebih yang bertanggung jawab/menanggung resiko.
- c. **Badan usaha** ialah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomi yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.
- d. **Badan Hukum** ialah bentuk pengesahan suatu perusahaan pada waktu pendirian yang dilakukan oleh instansi pemerintah yang berwenang yang diperkuat dengan bukti tertulis atau akte.

4 CONCEPT AND DEFINITION

To help understanding the terms in this publication, the following concepts and definitions are used:

- a. **Company** is any form of business that conduct the type of business that is permanent, continuous, and established, working, and domiciled in the territory of Indonesia, for the purpose of gain and/or profit.
- b. **Business** is an economic activity that aims to produce goods/services to be traded or exchanged for other goods, and there are one person or more that is responsible/bear the risk.
- c. **Business entity** is a juridical entity (law), technical, and economic aims for profit or gain.
- d. **Legal Entity** is a form of a company endorsement at the time of establishment conducted by government authorities reinforced with written proof or certificate.

Badan usaha yang disebut Badan Hukum ialah usaha yang modalnya dipisahkan seperti: PT, Koperasi, dan Yayasan.

Badan usaha yang disebut bukan Badan Hukum ialah usaha yang modalnya tidak dipisah seperti: CV, Firma (Fa), dan Perorangan.

Bentuk Badan hukum/usaha:

- **Perseroan Terbatas (PT):** Perusahaan yang berstatus badan hukum, didirikan dengan modal yang terbagi dalam saham-saham dan pemegang saham bertanggung jawab terbatas pada nilai nominal saham yang dimiliki. Dalam menjalankan kegiatannya pemegang saham ikut serta berperan tergantung besar kecilnya jumlah saham yang dimiliki atau berdasarkan perjanjian antar pemegang saham.
- **Koperasi:** Organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial, beranggotakan orang-orang atau badan-badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama atas azas kekeluargaan.

***Business entity called Legal Entity** is business that its capital is separated as: Limited Liability Company, Cooperative, and the Foundation.*

***Business entity called not Legal Entity** is business that the capital is not separated as: CV, Firm (Fa), and the Individual.*

Form of legal entity / business :

- ***Limited Liability Company (PT):** The company with the status of a legal entity, established with a capital divided into shares and shareholders have limited responsible for nominal value of shares held. In carrying out its activities, shareholder participating role depending on the size of the number of shares held or by the agreement between shareholders.*
- ***Cooperative:** people's economic organization that has social character, consisting of cooperative persons or legal entities that use economic arrangements as a joint effort on the principle of kinship.*

- **Perseroan Komanditer/ *Commanditaire Venootschap (CV)*:** Perusahaan yang memiliki 2 (dua) pemodal atau lebih yang terdiri dari sekutu aktif dan sekutu pasif.
- **Sekutu aktif** ialah sekutu yang bertanggung jawab memberikan modal (uang) dan tenaganya untuk kelangsungan perusahaan. Sedangkan sekutu pasif hanya menyetorkan modalnya saja.
- **Firma:** Perusahaan yang memiliki 2 (dua) pemodal atau lebih yang masing-masing merupakan sekutu aktif. Para sekutu harus menyerahkan kekayaannya sesuai yang tertera di akta pendirian.
- **Yayasan:** Suatu badan hukum dengan kekayaan yang dipisahkan. Tujuan pendiriannya dititikberatkan pada usaha-usaha sosial dan bukan untuk mencari keuntungan.
- **Ijin khusus dari Instansi terkait:** Ijin yang dikeluarkan oleh departemen/instansi yang membina, baik dinas tingkat propinsi maupun dinas tingkat kota/kabupaten kepada perusahaan/usaha untuk melakukan kegiatan usaha.
- **Perorangan:** Suatu kegiatan usaha yang ditangani secara perorangan ataupun lebih tanpa bentuk badan hukum.
- ***Commanditaire Venootschap (CV)*:** *The company that has 2 (two) or more investors consisting of active and passive ally.*
- ***Active ally*** *is ally that responsible for providing capital (money) and energy to sustain the company. While passive ally only responsible for depositing capital.*
- ***Firm:*** *Companies that have two (2) or more investors that each of them is active ally. The allies must submit their wealth as stated in the deed of establishment.*
- ***Foundation:*** *A legal entity that has separated property. The purpose of establishment focused on social enterprises and not for profit.*
- ***Special permission from the related institutions:*** *permit issued by the related department/instance, both official provincial and city-level departments/districts to companies/enterprises to conduct business activities.*
- ***Individual:*** *A business activity is handled on an individual basis or more without any form of legal entity.*

- e. **Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)** merupakan klasifikasi baku mengenai kegiatan ekonomi yang terdapat di Indonesia yang dirinci menurut kategori. KBLI hanya mengelompokkan unit produksi menurut kegiatan ekonomi tidak membedakan unit produksi menurut kepemilikan, jenis badan hukum, formal atau informal.
- f. **Kategori** merupakan garis pokok penggolongan kegiatan ekonomi. Penggolongan ini diberi kode satu digit dengan kode alfabet. Dalam KBLI seluruh kegiatan ekonomi di Indonesia digolongkan menjadi 18 kategori. Kategori-kategori tersebut diberi kode huruf A sampai dengan Q, dan X sebagai kegiatan yang belum jelas batasannya.
- g. **Penerbitan** ialah suatu usaha atau kegiatan yang berkaitan dengan proses editorial, produksi, dan pemasaran barang-barang, naskah yang tercetak yang didistribusikan kepada pembaca.
- h. **Penerbitan buku** mencakup kegiatan penerbitan buku dalam bentuk cetakan, elektronik (CD, CD Room, DVD, dan lain-lain), suara atau pada internet.
- e. **Indonesian Standard Industrial Classification (ISIC)** is the standard classification of economic activities located in Indonesia which is specified by category. ISIC simply classifies production units based on economic activity and does not distinguish production units based on ownership, type of legal entity, formal or informal.
- f. **Category** is a basic outline classification of economic activities. This classification is given one-digit code with the code alphabet. In ISIC all economic activities in Indonesia are classified into 18 categories. These categories were coded letters A to Q, and X as undefined activities.
- g. **Publishing** is a business or activity that is related to the editorial process, production, and marketing of goods, and also printed texts that are distributed to readers.
- h. **Book publishing** are activities that include book publishing in print, electronic (CD, CD Room, DVD, etc.), sound or on the internet.

- i. **Penerbitan Surat kabar, Jurnal, dan Buletin/Majalah** mencakup usaha penerbitan surat kabar dan surat kabar iklan, jurnal, buletin, majalah umum dan teknis, komik termasuk penerbitan jadwal radio dan televisi, dan sebagainya.
- j. **Buku** ialah kumpulan kertas atau bahan lainnya yang dijilid menjadi satu pada salah satu ujungnya dan berisi tulisan atau gambar. Setiap sisi dari sebuah lembaran kertas pada buku disebut sebuah halaman.
- k. **Buku elektronik** (disingkat **buku-e**) atau **buku digital** ialah versi elektronik dari buku. Jika buku pada umumnya terdiri dari kumpulan kertas yang dapat berisikan teks atau gambar maka buku elektronik berisikan informasi digital yang juga dapat berwujud teks atau gambar. Dewasa ini buku elektronik diminati karena ukurannya yang kecil bila dibandingkan dengan buku, dan juga umumnya memiliki fitur pencarian, sehingga kata-kata dalam buku elektronik dapat dengan cepat dicari dan ditemukan. Terdapat berbagai format buku elektronik yang populer, antara lain adalah teks polos, *pdf*, *jpeg*, *lit*, dan *html*. Masing-masing format memiliki kelebihan dan kekurangan dan juga bergantung dari alat yang digunakan untuk membaca buku elektronik tersebut.
- i. **Newspapers, Journals, and Bulletin/Magazine Publishing** include newspapers and newspaper advertisements, journals, bulletin, general and technical magazines, comic, including radio and television schedule publishing, and so on.
- j. **Book** is a collection of paper or other material bound together at one end and containing text or an image. Each side of a sheet of paper in a book is called a page.
- k. **Electronic books (e-books abbreviated) or a digital book** is an electronic version of the book. Book is generally comprised of a collection of papers that can contain text or images while the electronic book also contains digital information that can be either text or images. Today electronic books in demand for its small size when compared to the book, and also generally has a search feature, so that the words in the electronic book can be quickly searched and found. There are a variety of popular electronic book format such as plain text, pdf, jpeg, lit and html. Each format has its advantages and disadvantages, and also depends on the tool used for reading electronic books.

- l. Buletin** ialah publikasi organisasi yang mengangkat perkembangan suatu topik atau aspek tertentu dan diterbitkan/dipublikasikan secara teratur (berkala) dalam waktu yang relatif singkat (harian hingga bulanan). Buletin ditujukan kepada khalayak yang lebih sempit, yang berkaitan dengan bidang tertentu saja. Tulisan dalam buletin umumnya singkat dan padat (mirip berita) dimana digunakan bahasa yang formal dan banyak istilah teknis berkaitan dengan bidang tersebut.
- m. Tabloid** ialah istilah suatu format surat kabar yang lebih kecil dari ukuran standar koran harian (597 mm × 375 mm). Istilah ini biasanya dikaitkan dengan penerbitan surat kabar reguler non harian (bisa mingguan, dwimingguan, dll), yang terfokus pada hal-hal yang lebih "tidak serius", terutama masalah selebritas, olah raga, kriminal, dan lain-lain.
- n. Majalah** ialah penerbitan berkala yang berisi bermacam-macam artikel dalam subyek yang bervariasi. Majalah biasa diterbitkan mingguan, dwimingguan atau bulanan. Majalah biasanya memiliki artikel mengenai topik populer yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa yang mudah dimengerti oleh banyak orang.
- l. Bulletin** is a publication of an organization that raised the development of a particular topic or aspect and issued/published regularly (periodically) in a relatively short time (daily to monthly). Bulletin addressed to a narrower audience, which relates to a particular field. Posts in bulletin are generally short and concise (similar to news) where using formal language and a lot of technical terms related to the field.
- m. Tabloid** is smaller term format of newspaper of a standard size daily newspaper (597 mm × 375 mm). The term is usually associated with the issuance of non-daily regular newspapers (can be weekly, biweekly, etc.), which focused on the things that are more "not serious", especially the problem of celebrity, sports, crime, etc.
- n. Magazine** is a periodical publication containing a variety of articles on varied subjects. Regular magazine published weekly, biweekly or monthly. Magazines usually have articles on popular topics which are addressed to the general public and written in a style that is easily understood by many people.

- o. **Koran** atau **surat kabar** ialah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran dan berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa peristiwa politik, kriminalitas, olahraga, tajuk rencana, cuaca. Jenis surat kabar umum biasanya diterbitkan setiap hari kecuali pada hari-hari libur. Surat kabar sore juga umum di beberapa negara.
- p. **Surat kabar online** ialah surat kabar yang berbasis internet. Keunggulan utama surat kabar online adalah kecepatan dan kebaruan berita yang terjaga sepanjang waktu, namun di sisi lain kecepatan tak jarang mengabaikan akurasi pemberitaan.
- q. **Jurnal** ialah majalah yang khusus memuat artikel dalam suatu bidang ilmu tertentu. Publikasi akademis yang menulis artikel padat ilmu.
- r. **Rumah Produksi** ialah perusahaan pembuatan rekaman film atau video. Biasanya mencakup pembuatan gambar bergerak baik pada film, *video tape* maupun media lainnya, untuk pemutaran dalam teater atau pada siaran televisi meliputi kegiatan penunjang film seperti *editing, cutting, dubbing*, dan lain-lain.
- o. **Newspaper** is a lightweight publication but easily disposed of, usually printed on low-cost paper called *newsprint* containing the latest news on various topics. Topics can include political shows, crime, sports, editorials, and weather. Common types of newspapers are usually published daily, except on holidays. Afternoon newspapers are also common in some countries.
- p. **Newspapers Online** is an Internet-based newspaper. The main advantage is the speed of online newspapers and news novelty awake all the time, but on the other hand speed often ignore reporting accuracy.
- q. **Journal** is a special magazine that ran an article in a particular field of science. Academic publication of solid articles science.
- r. **Production House** is a manufacturing company of film or video. Usually involves creating moving images better on film, *video tape*, or other media, to be screened in theaters or on television; support activities such as movie editing, cutting, dubbing, and others.

- s. **Kegiatan pemutaran film** mencakup usaha penyelenggara pemutaran film atau video tape di bioskop, di ruang terbuka atau di tempat pemutaran film lainnya, dan kegiatan kelab cinema yang dikelola baik oleh pemerintah maupun swasta, misalnya 21, XXI, Blitzmegaplex.
- t. **Bioskop** ialah pertunjukkan yang diperlihatkan dengan gambar (film) yang disorot sehingga dapat bergerak. Bioskop juga diartikan sebagai tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar lebar. Gambar film diproyeksikan ke layar menggunakan proyektor.
- u. **Bioskop kelas satu** ialah bioskop yang mendapat jatah pemutaran film terlebih dahulu yaitu sesuai dengan tanggal sebuah film dirilis.
- v. **Bioskop Kelas Dua** ialah bioskop yang mendapat jatah pemutaran film setelah tanggal sebuah film dirilis.
- w. **Bioskop Kelas Tiga** ialah bioskop yang mendapat jatah pemutaran film setelah bioskop kelas dua.
- x. **Siaran** ialah pesan/rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, suara dan gambar, atau berbentuk grafis, karakter baik yang bersifat interaktif maupun tidak, dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.
- s. ***Motion picture activities** include business for motion picture or video tape playback in cinemas, in the open air or in other motion picture place and cinema clubs activities are managed either by the government or private individual. For example 21, XXI, Blitzmegaplex.*
- t. ***Cinema** is a show that is shown with the image (film) highlighted so it can move. Cinema also be interpreted as a place to watch shows using a wide screen movies, where film images projected onto a screen using a projector.*
- u. ***First Run** is the cinema that gets a screening in advance which in accordance with the date a movie was released.*
- v. ***Second Run** is the cinema that gets a screening of the film after the release date of a movie.*
- w. ***Third Run** is the cinema that gets a screening of the film after second run.*
- x. ***Broadcast** is the message/series of messages in the form of sounds, images, or sounds and images, or graphic form, the character of both interactive or not, which can be received through the broadcast receiver.*

- y. **Siaran Iklan** ialah siaran informasi yang bersifat komersial, non komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang, dan gagasan dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
- z. **Penyiaran** ialah pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi darat, laut atau antariksa menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/atau media lainnya agar bisa diterima secara serentak oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.
- aa. **Penyiaran Radio** mencakup penyiaran sinyal suara melalui studio penyiaran radio dan fasilitas untuk transmisi program yang berhubungan dengan masyarakat termasuk mengumpulkan dan menyalurkan program melalui kabel atau satelit, internet (stasiun radio internet), atau penyiaran data yang terintegrasikan dengan penyiaran radio.
- bb. **Penyiaran dan Pemrograman Televisi** mencakup pembuatan program saluran televisi lengkap dari komponen program yang dibeli (seperti film, dokumenter, dan lain-lain), komponen program yang dihasilkan sendiri (seperti berita lokal, laporan langsung), atau kombinasi keduanya, pemrograman dari saluran video atas dasar permintaan, dan penyiaran data yang diintegrasikan dengan siaran televisi.
- y. **Advertisement Broadcasting** is information broadcasting of commercial, non-commercial and public service about the availability of services, goods, and ideas with or without compensation to broadcasters concerned.
- z. **Broadcasting** is transmitting by transmitter and/or land, sea or in space transmitter, using radio frequency spectrum over the air, cable and/or other media to be received simultaneously by the community with the broadcast receiver.
- aa. **Radio Broadcasting** includes voice signals broadcasting through radio broadcasting studios and facilities for the programs transmission related to community, including collecting and distributing programs via cable or satellite, internet (internet radio station), including integrated data broadcasting with radio broadcasting.
- bb. **Broadcasting and Television Programming** includes the manufacture of a complete television channel program from purchased program components (such as films, documentaries, etc.), own program components (such as local news, live reports) or a combination of them, the programming of the video channel on the basis of demand, and data integrated with television broadcasting.

cc. **Lembaga Penyiaran** ialah penyelenggara penyiaran, baik lembaga penyiaran publik, lembaga penyiaran swasta, lembaga penyiaran komunitas maupun lembaga penyiaran berlangganan yang dalam melaksanakan tugas, fungsi dan tanggung jawabnya berpedoman pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.

dd. **Lembaga Penyiaran Publik (LPP)** ialah lembaga penyiaran berbentuk badan hukum yang didirikan oleh negara, bersifat independen, netral, tidak komersial, dan berfungsi memberikan layanan untuk kepentingan masyarakat. LPP terdiri atas Radio Republik Indonesia (RRI) dan Televisi Republik Indonesia (TVRI) yang stasiun pusat penyiarannya berada di ibukota Negara Republik Indonesia, sedangkan di daerah provinsi, kabupaten, atau kota dapat didirikan Lembaga Penyiaran Publik Lokal (LPPL). Sumber pembiayaan Lembaga Penyiaran Publik berasal dari :

- luran penyiaran;
- Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) atau Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD);
- sumbangan masyarakat;
- siaran iklan; dan
- usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

cc. **Broadcasters** are broadcasting operators, includes public broadcasters, private broadcaster, community broadcasters and subscription broadcasters in carrying out the duties, functions and responsibilities based on the laws and regulations in force.

dd. **Institute for Public Broadcasting (LPP)** is a broadcaster legal entity established by the state, independent, neutral, non-commercial, and the function is to provide services for the benefit of society. LPP consists of Radio Republik Indonesia (RRI) and Televisi Republik Indonesia (TVRI) that the broadcasting center stations located in the capital of the Republic of Indonesia, while in the provinces, countries, or cities can be established Local Public Broadcasting (LPPL).

Local Public Broadcasting funding sources come from :

- Dues broadcasting;
- Country Budget and Expenditure (APBN) or the Regional Budget (APBD);
- community contributions;
- broadcast advertising, and
- other legitimate business related to broadcasting.

- ee. Lembaga Penyiaran Swasta** ialah lembaga penyiaran yang bersifat komersial berbentuk badan hukum Indonesia, yang bidang usahanya hanya menyelenggarakan jasa penyiaran radio atau televisi.
- Sumber pembiayaan Lembaga Penyiaran Swasta diperoleh dari:
- siaran iklan; dan/atau
 - usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.
- ff. Jasa telekomunikasi** ialah layanan telekomunikasi untuk memenuhi kebutuhan bertelekomunikasi dengan menggunakan jaringan telekomunikasi. Jasa telekomunikasi mencakup kegiatan penyelenggaraan jasa teleponi dasar (telepon, telegraf, telex, faksimili, dan wartel), jasa nilai tambah teleponi (jasa jaringan pintar/IN, kartu panggil, jasa-jasa teknologi interaktif, dan radio panggil untuk umum), jasa multimedia (*Voice over Internet Protocol/VoIP*, internet/intranet, komunikasi data, konferensi video, jasa video hiburan, dan warnet).
- gg. Internet**, merupakan sistem komputer umum yang berhubungan secara global dan menggunakan perangkat protokol pertukaran paket.
- hh. Warung Internet (Warnet)**, ialah usaha penyelenggaraan jasa jual kembali jasa internet.
- ee. *Private broadcasting institutions*** are commercial broadcasters institution the form of Indonesian legal entity, which organizes its business only radio or television broadcasting services. *Private broadcasting institutions funding sources comes from:*
- broadcast advertisements; and /or*
 - other legitimate business related to broadcasting.*
- ff. *Telecommunication services*** are services to meet the needs of telecommunications by using the telecommunications network. *Telecommunication services include activities providing basic telephony services (telephone, telegraph telex, facsimile, and telecommunication store), value-added telephony services (intelligent network services/IN, calling cards, interactive technology services, and public radio call), multimedia services (Voice over Internet Protocol/VoIP, internet/intranet, data communications, video conferencing, video entertainment services, and internet cafe).*
- gg. *Internet*** is a common computer system connected globally and use the packet exchange protocol.
- hh. *Internet cafe*** is a business of internet services resale.

- ii. **Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi**, ialah kegiatan penyediaan dan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi.
- jj. **Multimedia** ialah penggunaan komputer untuk menyajikan dan menggabungkan teks, suara, gambar, animasi dan video dengan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat bernavigasi, berinteraksi, berkarya, dan berkomunikasi. Multimedia sering digunakan dalam dunia hiburan. Selain dari dunia hiburan, multimedia juga diadopsi oleh dunia game.
- kk. **Jasa Multimedia** ialah sebuah jasa akan penyediaan kebutuhan orang akan banyak media. Kegiatan jasa multimedia meliputi penyediaan akses internet lewat jaringan antara klien dengan ISP yang tidak dimiliki atau diatur oleh ISP, penyediaan akses internet dalam fasilitas terbuka untuk masyarakat, penyediaan jasa telekomunikasi lewat koneksi *telecom*, dan penyediaan jasa Jasa Multimedia lainnya.
- ii. **Telecommunications Services Operator** is the provision of telecommunications services and or services which enables the operation of telecommunications.
- jj. **Multimedia** is the use of a computer to present and combine text, sound, images, animation and video with tools and connections (*links*) so that the user can navigate, interact, work, and communicate. Multimedia is often used in the entertainment world. Aside from the entertainment world, multimedia is also adopted by the gaming world .
- kk. **Multimedia Services** is a service of many media provision based on community needs. The activities include the provision of multimedia services with internet access over the network between the client and the ISP not owned or controlled by the ISP, providing internet access in open facilities for public, the provision of telecommunications services through *telecom* connections, and other multimedia services provision .
- ii. **Internet Service Provider (ISP)**, mencakup usaha jasa pelayanan yang ditawarkan suatu perusahaan kepada pelanggannya untuk mengakses internet dengan menyediakan antar muka ke jaringan internet.
- ii. **Internet Service Provider (ISP)**, include the business services offered by a company to its subscribers to access the internet by providing the interface to the Internet.

- mm. Dial-up** ialah akses internet dengan menggunakan jalur telepon tetap atau telepon bergerak.
- nn. Digital Subscriber Line (DSL)** ialah satu set teknologi yang menyediakan penghantar data digital melewati kabel yang digunakan dalam jarak dekat dari jaringan telepon setempat.
- oo. Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)** ialah salah satu bentuk dari teknologi DSL. Bersifat asimetrik, yaitu bahwa data ditransferkan dalam kecepatan yang berbeda dari satu sisi ke sisi yang lain.
- pp. Internet Broadband Cable** merupakan salah satu layanan internet yang menggunakan media kabel koaksial sebagai media aksesnya.
- qq. Dedicated** ialah layanan internet dengan menggunakan *leased line* eksklusif atau *microwave* radio set. *Dedicated line* ini menghubungkan *network Local Area Network (LAN)* perusahaan dengan server sesuai dengan jenis paket dan kapasitas *bandwidth* yang digunakan.
- rr. Wireless** ialah koneksi internet yang dilakukan secara nirkabel.
- ss. Mobile** ialah layanan akses internet yang dilakukan melalui jaringan telepon seluler baik GSM maupun CDMA.
- mm. Dial-up** is internet access by using a fixed telephone line or mobile phone.
- nn. Digital Subscriber Line (DSL)** is a set of technologies that delivers digital data passing through the cable conductors in short distance from the local telephone network.
- oo. Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)** is a form of DSL technology. ADSL is asymmetric, means that the data is transferred in a different speed from one side to the other.
- pp. Cable Broadband Internet** is one of the internet service that uses coaxial cable media as media access.
- qq. Dedicated** is internet service using leased lines or microwave radio exclusive sets. The dedicated line connects the Local Area Network (LAN) network to the company in accordance with the type of package servers and bandwidth capacity used.
- rr. Wireless** is internet connection that is done wirelessly.
- ss. Mobile** is an internet access service that is done through mobile phone networks, both of GSM and CDMA.

- tt. **Bandwidth** ialah lebar pita atau kapasitas saluran informasi atau besaran yang menunjukkan seberapa banyak data yang dapat dilewatkan dalam koneksi melalui sebuah jaringan dalam satuan waktu detik. Dikenal juga dengan perbedaan atau interval, antara batas teratas dan terbawah dari suatu frekuensi gelombang transmisi dalam suatu kanal komunikasi. Satuan yang digunakan *Hertz* untuk sirkuit analog dan detik dalam satuan digital.
- uu. **Pekerja Tetap** ialah pekerja yang bekerja pada perusahaan dengan mendapat upah/gaji secara tetap, tidak tergantung pada absensi/kehadiran pekerja tersebut, dan apabila diberhentikan biasanya mendapat pesangon.
- vv. **Pekerja Kontrak** ialah pekerja yang bekerja dengan perjanjian tertentu dan tidak mendapatkan kesempatan untuk mengikuti jenjang karir yang berlaku di perusahaan.
- tt. **Bandwidth** is channel capacity of information or the amount that shows how much data can be passed on through a network connection in units of seconds. Known also by the difference or interval, between the upper and lower limits of a frequency wave transmission in a communication channel. *Hertz* units is used for analog circuits and seconds units for digital.
- uu. **Permanent workers** are workers who work at companies receiving fixed wage/salary, did not depend on the absence/presence of the worker, and usually get severance if laid off.
- vv. **Contract workers** are workers who work with certain agreements and did not get a chance to follow a career path that is prevailing in the company.



GAMBARAN UMUM

OVERVIEW

5

BAB 5

5 GAMBARAN UMUM

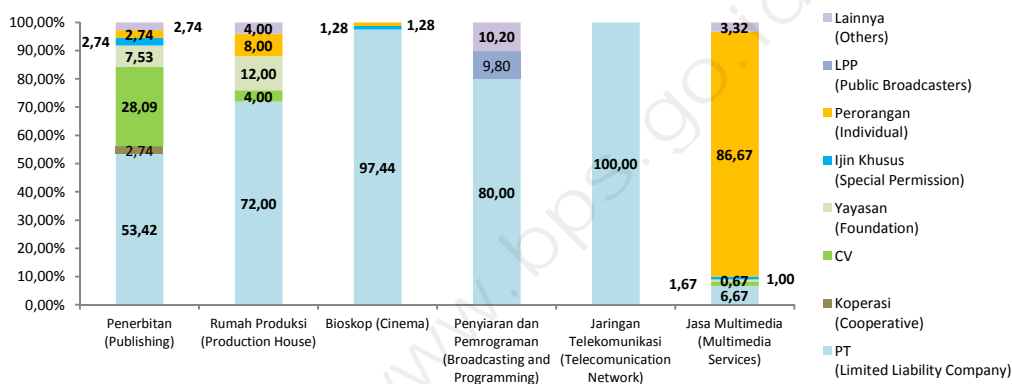
5 OVERVIEW

A. Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan

Organisasi bisnis perusahaan memiliki beberapa bentuk Badan Hukum, Badan Usaha, maupun Perizinan yang biasanya didasarkan pada tanggung jawab pemilik terhadap perusahaan dan perizinannya.

A. Legal Entity/Business Entity/Licensing

A business organization has some form Legal Entity, Business Entity, and Licensing that is usually based on the responsibility of the owner of the company and licensing.



Gambar 1 **Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perizinan, 2015**
Figure 1 **Percentage of Information and Communication Company by Legal Entity/Company/Licensing, 2015**

Berdasarkan hasil Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015, sebagaimana terlihat pada Gambar 1, bentuk badan hukum perusahaan penerbitan, rumah produksi, bioskop, penyiaran dan pemrograman, serta jaringan telekomunikasi didominasi oleh PT/PT (Persero). Sedangkan untuk perusahaan jasa multimedia, sebagian besar perusahaan perorangan dengan persentase sebesar 86,67 persen.

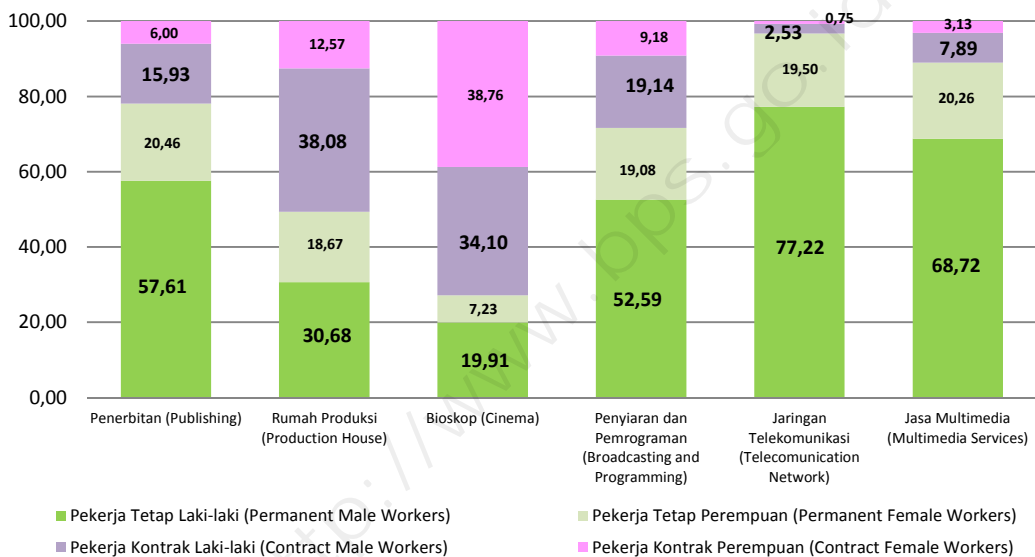
Based on the results of Survey of Information and Communication Company 2015, as shown in Figure 1, the legal status of publishing, production house, cinema, broadcasting and programming, as well as telecommunications networks companies is dominated by Limited Liability Company. While for the multimedia services company, most of the company are individual with a percentage of 86.67 percent.

B. Tenaga Kerja

Secara umum Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat pada Perusahaan Informasi dan Komunikasi untuk perusahaan penerbitan, penyiaran dan pemrograman, jaringan telekomunikasi, serta jasa multimedia didominasi oleh pekerja tetap laki-laki sedangkan pekerja kontrak perempuan mempunyai persentase terkecil.

B. Labor

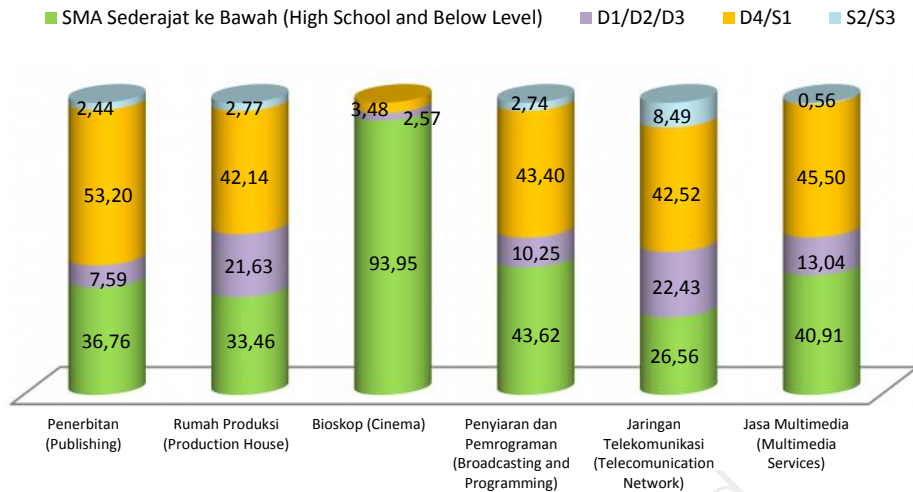
In general, the Human Resources (HR) that involved in the Information and Communication Company either publishing, broadcasting and programming, or telecommunications networks, and multimedia services companies are dominated by permanent male workers while contract female workers had the smallest percentage.



Gambar 2 Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Jenis Kelamin, 2014
Figure 2 The Percentage of Information and Communication Company's Workers by Sex, 2014

Sementara pada perusahaan jaringan telekomunikasi dan jasa multimedia, diatas 60,00 persen adalah pekerja tetap laki-laki yaitu 77,22 dan 68,72 persen. Sedangkan pada perusahaan bioskop, pekerja kontrak perempuan mempunyai persentase tertinggi yaitu 38,76 persen.

While at the telecommunication network and multimedia services companies, over 60.00 percent are permanent male workers with 77.22 and 68.72 percent. Whereas the cinemas company, contract female workers got the highest percentage, that is 38.76 percent.



Gambar 3 **Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Tingkat Pendidikan, 2014**
Figure 3 **Percentage of Information and Communication Company's Workers by Level of Education, 2014**

Pendidikan merupakan hal yang sangat penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Kualitas SDM yang baik diharapkan dapat mengisi lapangan-lapangan pekerjaan yang sesuai dengan keahliannya dan selanjutnya dapat meningkatkan perekonomian melalui kemajuan perusahaan.

Berdasarkan tingkat pendidikan, sebagian besar pekerja berpendidikan maksimum SMA sederajat, mencakup 93,95 persen di perusahaan bioskop, diikuti oleh perusahaan penyiaran dan pemrograman sebesar 43,62 persen. Sedangkan pada perusahaan penerbitan, pendidikan para pekerja didominasi oleh pekerja lulusan D4/S1, yaitu sebesar 53,20 persen.

Education is very important to improve the quality of human resources. Good quality of human resources is expected to fill the labor markets in accordance with the expertise and can further boost the economy through the company's progress.

Based on the level of education, most of the workers were senior high school or less, that is 93.95 percent in cinemas, followed by broadcasting and programming companies at 43.62 percent. While the education of the worker of publishing companies predominantly by graduate workers D4/S1, that is 53.20 percent.

C. Indikator Produksi

1. Penerbitan

1.1. Penerbitan Buku

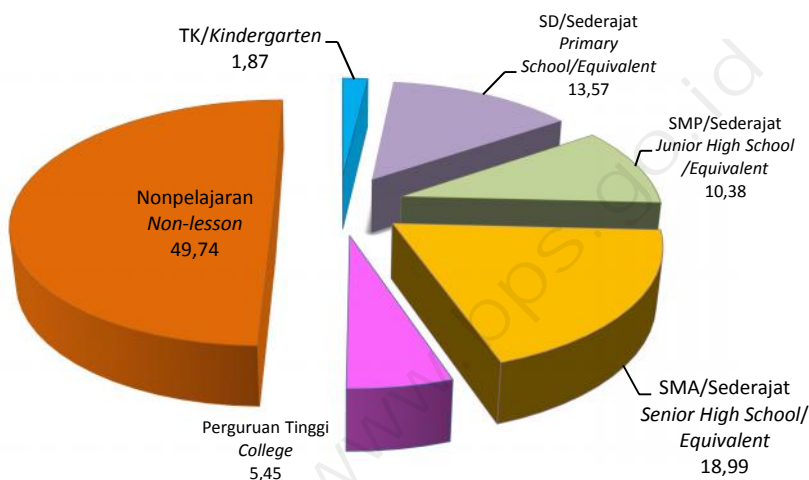
Perusahaan penerbitan buku dibedakan menjadi tiga kategori berdasarkan jenis buku yang diterbitkan, yaitu: perusahaan penerbit buku pelajaran, perusahaan penerbit buku nonpelajaran, serta perusahaan penerbit buku pelajaran dan nonpelajaran.

C. Production Indicator

1. Publishing

1.1 Book Publishing

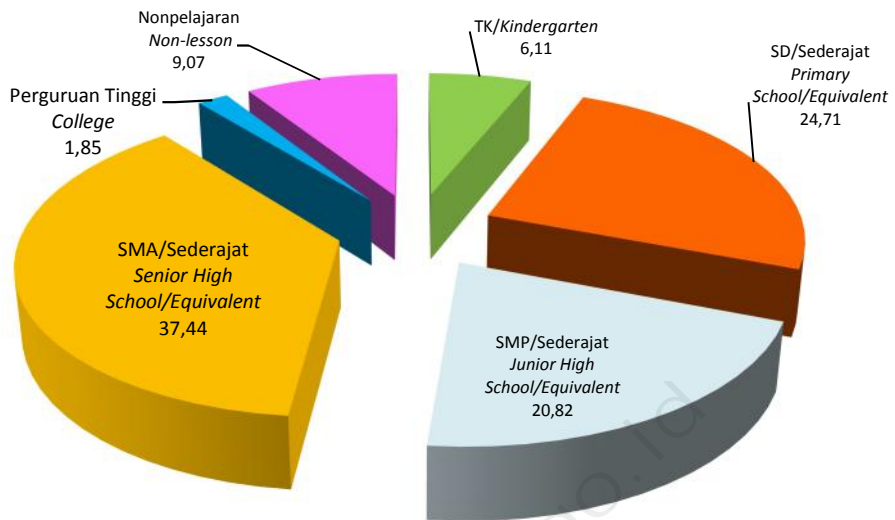
Book publishing company can be divided into three categories by the type of book published, namely: a textbook publishing company, non-lesson book publishing company, and publishing company those that produce both textbook and non-lesson book.



Gambar 4 Persentase Judul Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2014
Figure 4 The Percentage of Book Titles Published by Type/Category, 2014

Ketiga kategori perusahaan penerbitan buku tersebut paling banyak menerbitkan judul buku nonpelajaran, dengan dominasi sebesar 49,74 persen terhadap total judul buku yang diterbitkan. Judul buku yang paling banyak diterbitkan berikutnya yaitu judul buku SMA/ sederajat, sebesar 18,99 persen. Sebaliknya, judul buku yang paling sedikit diterbitkan yaitu buku taman kanak-kanak, yang hanya sebesar 1,87 persen.

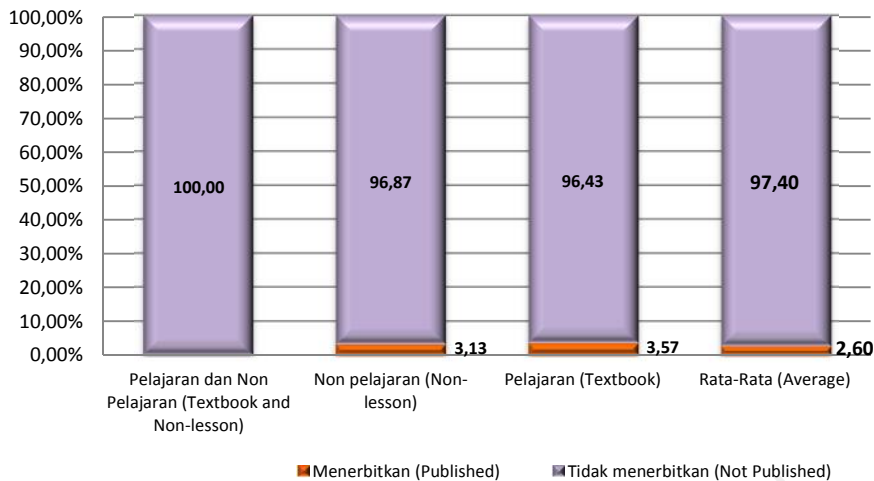
All categories of book publishing companies predominantly produced non-lesson book title, recorded at 49.74 percent among all book titles published. The second most book titles published were senior high school/equivalent books, amounted to 18.99 percent. On the other hand, the kindergartens books was only recorded at 1.87 percent.



Gambar 5 Persentase Oplah Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2014
Figure 5 Percentage of Circulation Published Books by Type/Category, 2014

Adapun jumlah oplah dari tiap-tiap kategori buku dapat dilihat pada Gambar 5. Perusahaan penerbitan buku paling banyak memproduksi buku SMA/ sederajat dengan persentase oplah sebesar 37,44 persen. Sebaliknya, oplah buku yang paling sedikit diproduksi yaitu buku perguruan tinggi, hanya sebesar 1,85 persen.

The amount of book copies of each book category can be seen in Figure 5. Book publishing company mostly produced high school/ equivalent book with a percentage of 37.44 percent book copies. Meanwhile, the college books copies, only recorded 1.85 percent.



Gambar 6 **Persentase Perusahaan Penerbitan Buku yang Menerbitkan dan Tidak Menerbitkan E-book, 2014**
Figure 6 **Percentage of Book Publishing Companies which Publish and not Publish E-book, 2014**

Selain menerbitkan buku dalam format cetakan, beberapa perusahaan penerbitan buku juga menerbitkan buku dalam format elektronik (*e-book*). Gambar 6 menunjukkan bahwa secara umum 97,40 persen perusahaan penerbitan buku tidak menerbitkan buku dalam format *e-book*, dan hanya 2,60 persen perusahaan penerbitan buku yang menerbitkan *e-book*.

1.2. Penerbitan Surat Kabar, Tabloid, Buletin, dan Majalah (Penerbitan Berkala)

Melalui media cetak, perusahaan penerbitan berkala tidak hanya menyajikan informasi kepada pembaca tetapi juga membangun opini pembacanya. Oleh karena itu, format cetakannya juga menjadi beragam, tidak hanya dalam format cetakan, tetapi juga dalam format media elektronik.

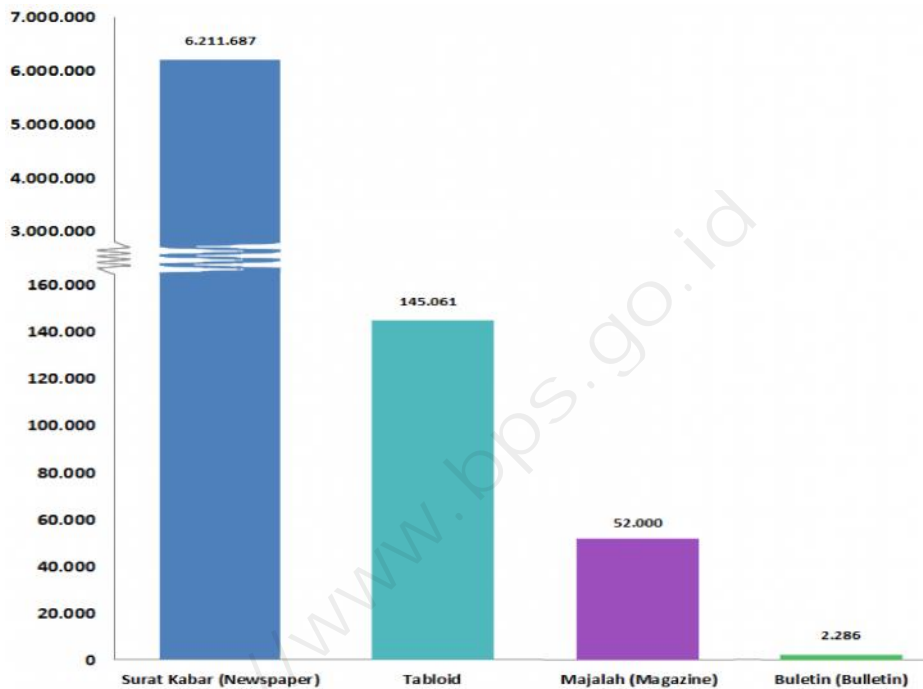
Besides publishing book in print format, some book publishing companies did also publish book in electronic format (e-book). Figure 6 shows that in general 97.40 percent of book publishing company did not publish a book in e-book format. Only 2.60 percent of book publishing company that published e-book.

1.2. Newspapers, Tabloid, Bulletin, and Magazine Publishing (Periodical Publishing)

Through print media, periodical publishing company not only provides information to the reader but also builds reader's opinion. Therefore, the print format also be diverse, not only in print format, but also in electronic media format.

Dalam publikasi ini, perusahaan penerbitan berkala dibedakan atas 4 kategori, yaitu: perusahaan penerbit surat kabar, perusahaan penerbit tabloid, perusahaan penerbit buletin, dan perusahaan penerbit majalah.

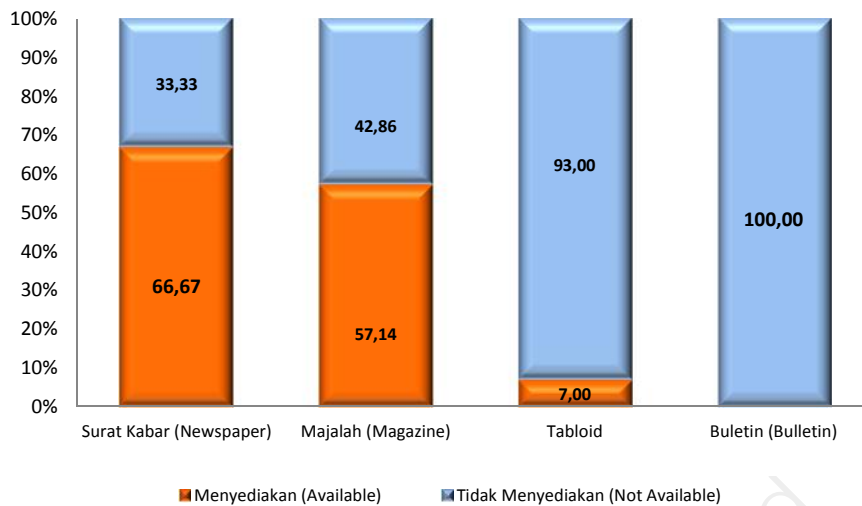
In this publication, periodical publishing company is divided into 4 categories, namely: newspaper publishing company, tabloid publishing company, bulletin publishing company, and magazine publishing company.



Gambar 7 Rata-Rata Oplah Terbitan Berkala yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2014
Figure 7 Average of Copies Periodical Publishing Published by Type/Category, 2014

Gambar 7 menunjukkan rata-rata oplah yang diproduksi oleh tiap-tiap jenis/kategori perusahaan penerbitan berkala dalam satuan eksemplar. Perusahaan penerbit surat kabar rata-rata memproduksi 6.211.687 eksemplar surat kabar. Adapun perusahaan penerbit tabloid, majalah, dan buletin masing-masing memproduksi 145.061 eksemplar, 52.000 eksemplar, dan 2.286 eksemplar.

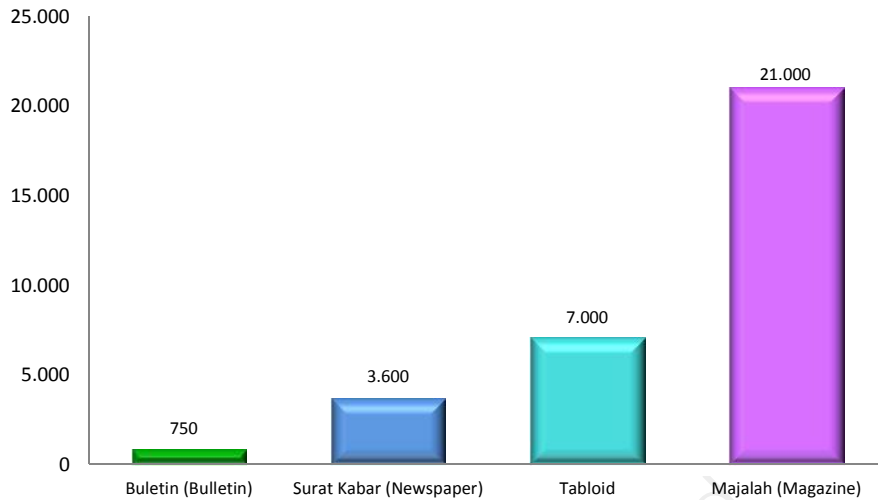
Figure 7 shows the average of copies produced by each type/category of periodical publishing company in unit of copies. Newspaper publishing company produces an average of 6,211,687 copies of the newspaper. The publishing company of tabloid, magazine, and bulletin produced 145,061 copies, 52,000 copies, and 2,286 copies, respectively.



Gambar 8 *Percentage of Periodical Publishing Company that Provides Electronic Media, 2014*

Sementara itu, persentase perusahaan penerbitan berkala menurut ketersediaan media elektronik dari tiap-tiap kategori dapat dilihat pada Gambar 8. Perusahaan penerbitan surat kabar paling banyak menyediakan media elektronik, yaitu sebesar 66,67 persen. Urutan berikutnya ditempati perusahaan penerbitan majalah sebesar 57,14 persen, sedangkan perusahaan penerbit bulletin tidak menyediakan media elektronik.

Meanwhile, the percentage of periodical publishing company according to the availability of electronic media of each category can be seen in Figure 8. The newspaper publishing company mostly provides electronic media, which amounted to 66.67 percent. Moreover, the magazine publishing company amounted to 57.14 percent, while the bulletin publishing company did not provide electronic media.



Gambar 9 Rata-Rata Harga Eceran Resmi Terbitan Berkala, 2014
Figure 9 Average of Official Retail Price Periodical Publishing, 2014

Gambar 9 menunjukkan rata-rata harga eceran resmi terbitan berkala. Rata-rata harga eceran resmi terbitan berkala masing-masing sebesar 750 rupiah untuk buletin, 3.600 rupiah untuk surat kabar, 7.000 rupiah untuk tabloid, dan 21.000 rupiah untuk majalah.

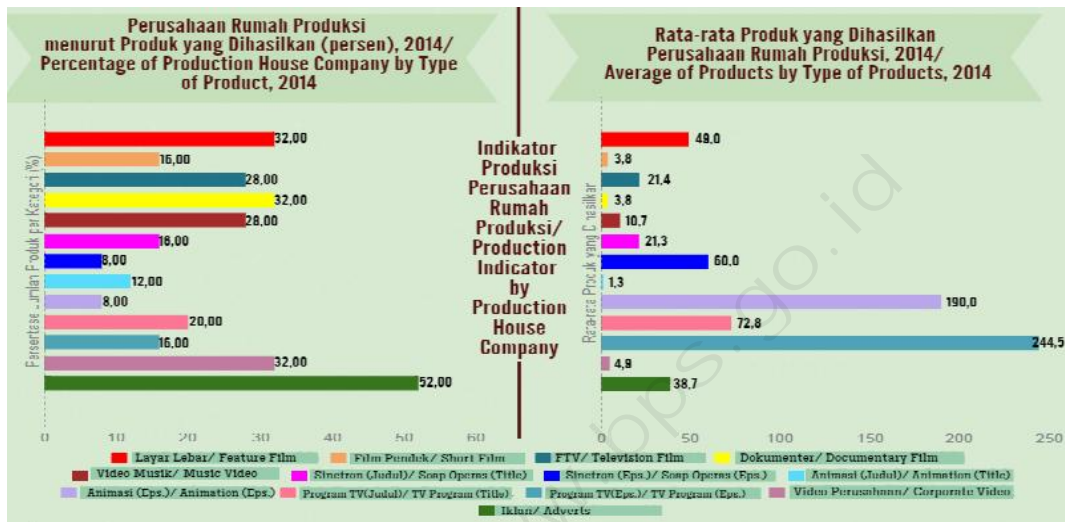
Figure 9 shows the average of official retail price of periodical publishing. The average of official retail price of periodical publishing were 750 rupiah for bulletin, 3,600 rupiah for newspaper, 7,000 rupiah for tabloid, and 21,000 rupiah for the magazine, respectively.

2. Rumah Produksi

Rumah Produksi dalam Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015 hanya meliputi kegiatan produksi dan pasca produksi. Sementara kegiatan distribusi tetap ditanyakan, namun tidak dibahas lebih dalam.

2. Production House

Production House in Information and Communication Company Survey 2015 only covers the production and post-production activities. While distribution activities still asked, but not discussed further.



Gambar 10 Persentase Perusahaan Rumah Produksi dan Rata-Rata Produk yang Dihasilkan menurut Jenis Produk, 2014
Figure 10 Percentage of Production House Company and Average of Products by Type of Products, 2014

Sebagian besar rumah produksi membuat iklan sebagai salah satu produknya (52 persen), dengan rata-rata 38–39 iklan per perusahaan pada tahun 2014. Film layar lebar, film dokumenter, dan video perusahaan diproduksi masing-masing oleh 32 persen perusahaan. Rata-rata film layar lebar yang dihasilkan oleh setiap perusahaan sekitar 49 film, sedangkan rata-rata film dokumenter yang dihasilkan adalah 3–4 film. Sementara itu, setiap perusahaan juga menghasilkan 4–5 video perusahaan dalam satu tahun.

Most of production house companies produced advertisement as one of its main products (52 percent), while in average there were recorded at 38>39 ads per company in 2014. To production of feature film, documentary, and corporate video were amounted to 32 percent of the companies output. An average of a feature film produced by each company about 49 films, while the average documentaries was 3>4 films. Meanwhile, each company also produces 4>5 corporate video in one year.

Selanjutnya, perusahaan rumah produksi yang menghasilkan film televisi (FTV) dan video musik juga cukup banyak, yaitu sebesar 28 persen. Video musik yang dihasilkan setiap perusahaan sekitar 10–11 video dan FTV yang dihasilkan setiap perusahaan sekitar 21–22 judul FTV.

Perusahaan rumah produksi yang menghasilkan program televisi seperti talkshow, reality show, kuis, dan infotainment sebesar 20 persen, dengan rata-rata setiap perusahaan membuat 72–73 program dalam satu tahun.

Sinetron, drama TV dan serial TV diproduksi oleh sekitar 16 persen perusahaan, dimana setiap perusahaan memproduksi 21–22 judul. Film pendek juga diproduksi oleh 16 persen perusahaan, dan setiap perusahaan memproduksi 3–4 film pendek. Sedangkan film animasi hanya diproduksi oleh 12 persen perusahaan, dengan rata-rata 1–2 film selama tahun 2014.

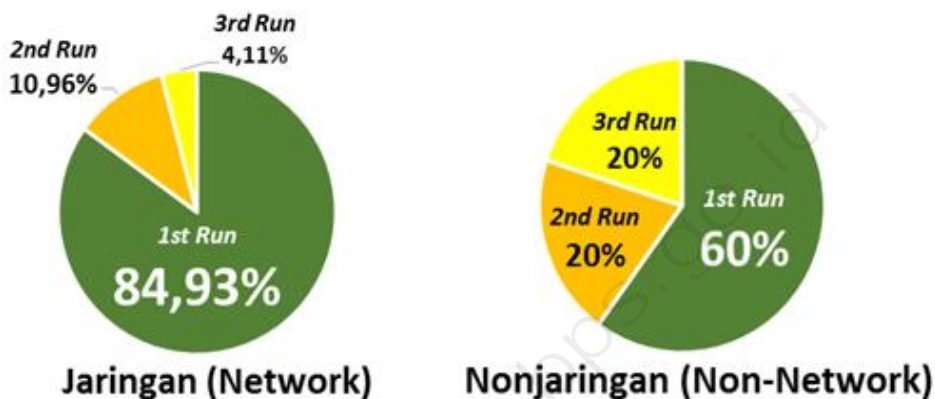
Furthermore, the production house companies that produced the film television (FTV) and music videos were also much, those were 28 percent. The music videos produced by each company were about 10>11 videos a year, and FTV produced by each company were about 21>22 titles of FTV.

Production house companies that produces television programs such as talk shows, reality shows, quizzes, and infotainment is 20 percent, with an average of each company made 72>73 program in one year.

Soap operas, TV dramas and TV series produced by about 16 percent of the company, in which each company produces 21>22 titles. The short film was also produced by 16 percent of the company, and each company produced 3>4 short films. While the animated film produced only by 12 percent of the company, with an average 1>2 film during 2014.

3. Bioskop

Informasi ini untuk melihat sejauh mana distribusi film di Indonesia. Gambar 11 menunjukkan bahwa bioskop jaringan memiliki jatah terbesar untuk memutar film-film terbaru sesuai dengan tanggal rilis yaitu sebesar 84,93 persen dari total film yang diputar.



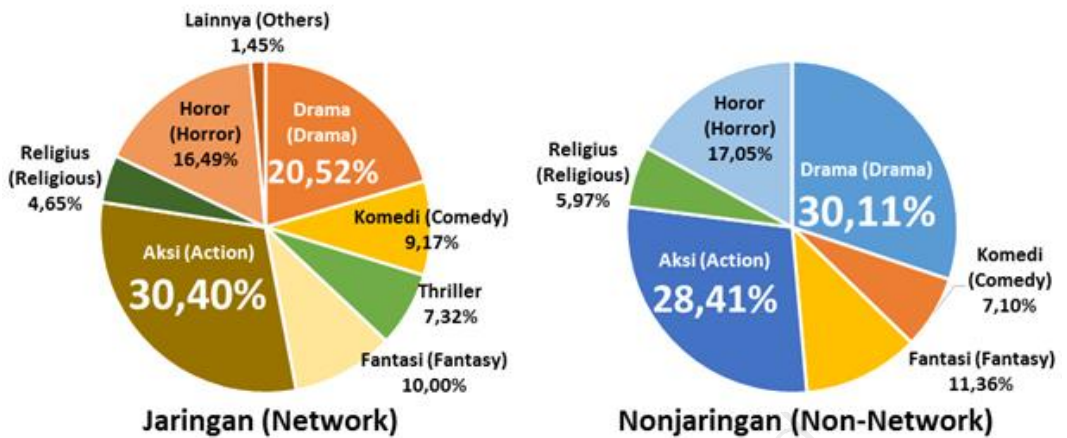
Gambar 11 Persentase Bioskop Menurut Jenis dan Kelompok Bioskop, 2014
Figure 11 Percentage of Cinemas by Cinemas Type dan Group, 2014

Film *second run* diputar di bioskop jaringan dengan persentase sebesar 10,96 persen, diikuti dengan film *third run* dengan persentase sebesar 4,11 persen. Adapun pada bioskop nonjaringan, sebesar 60 persen dari film yang diputar merupakan film *first run*. Sisanya masing-masing sebesar 20 persen merupakan film *second run* dan *third run*. Baik pada bioskop jaringan maupun nonjaringan, film *first run* masih mendominasi pemutaran film di Indonesia berdasarkan sampel terpilih.

3 Cinema

This information is to see how the movie distribution in Indonesia. Figure 11 shows that the network cinemas has the highest share to play the newest movies according by the release date that is equal to 84.93 percent out of the total film played.

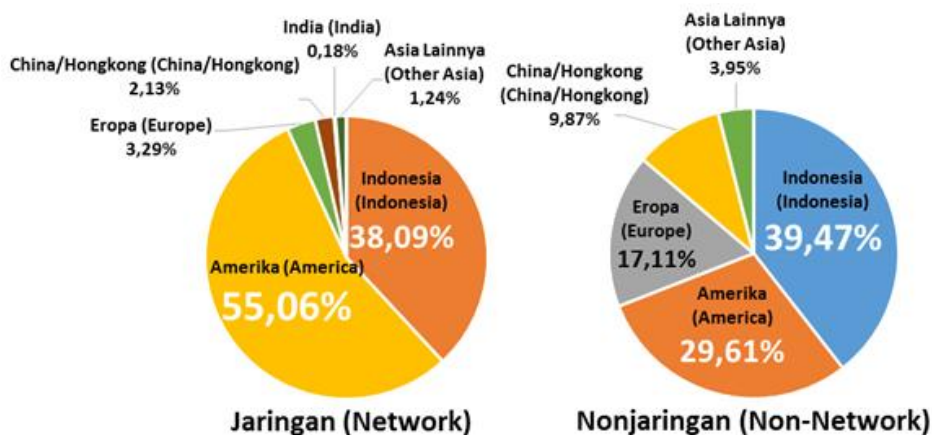
Second run film played in the network cinemas with percentage 10.96 percent, followed by third run film with percentage 4.11 percent. While for non-network cinemas, sixty percent of the film played are the first run film. The remains are second run and third run film with percentage for each of them are 20 percent. Both in the network cinemas and non-network cinemas, first run films dominate the film played in Indonesia based on the selected samples.



Gambar 12 Persentase Judul Film yang Diputar Menurut Jenis Bioskop dan Genre, 2014
Figure 12 Percentage of Film's Title Screened by Cinemas Type and Genre, 2014

Mayoritas film yang diputar di bioskop jaringan adalah film bergenre aksi. Hal ini ditunjukkan oleh persentase film bergenre aksi di bioskop jaringan sebesar 30,40 persen. Selain itu, bioskop jaringan juga banyak menayangkan film bergenre drama sebesar 20,52 persen. Sementara itu, bioskop nonjaringan mayoritas menayangkan film bergenre drama yaitu sebesar 30,11 persen. Bioskop nonjaringan juga banyak menayangkan film bergenre aksi sebesar 28,41 persen.

The majority of the films screened in network cinemas are film with action genre. It is shown by the percentage of film with action genre 30.40 percent. Moreover, network cinemas are also dominant in screening film with drama genre, 20.52 percent. While, the non-network cinemas are dominant in screening film with drama genre, 30.11 percent. The non-network cinemas are also dominant in screening film with action genre with the percentage of 28.41 percent.



Gambar 13 *Figure 13* **Persentase Judul Film yang Diputar Menurut Jenis Bioskop dan Negara Asal Film, 2014**
Percentage of Film's Title Screened by Cinema Type and Film's Country of Origin, 2014

Keberagaman asal negara film yang ditayangkan dapat dilihat melalui Gambar 13. Pada bioskop jaringan, film yang ditayangkan berasal dari Indonesia, Amerika, Eropa, China/Hongkong, India, dan Asia lainnya. Asal negara dari film yang ditayangkan di bioskop nonjaringan hampir sama dengan bioskop jaringan, tetapi di bioskop nonjaringan tidak ada penayangan film dari India.

Gambar 13 menunjukkan bahwa lebih dari setengah film yang diputar di bioskop jaringan berasal dari Amerika yaitu sebesar 55,06 persen, diikuti oleh film dari Indonesia sebesar 38,09 persen. Sebaliknya terjadi di bioskop nonjaringan dengan mayoritas film yang diputar berasal dari Indonesia sebesar 39,47 persen, diikuti oleh film dari Amerika dengan 29,61 persen.

Diversity in film's country of origin can be seen in Figure 13. In the network cinemas, films screened are from Indonesia, America, Europe, China/Hongkong, India, and other Asia. Country of origin of film which are played in the non-network cinemas nearly the same as played in the network cinemas, but there is no film from India in the non-network cinemas. the same as played in the network cinemas, but there is no film from India in the non-network cinemas.

Figure 13 shows that more than half of film screened are from America, they are 55.06 percent, followed by Indonesian film 38.09 percent. On the other hand, in non-network cinemas, the majority of films screened are from Indonesia 39.47 percent, followed by American films with percentage of 29.61 percent.



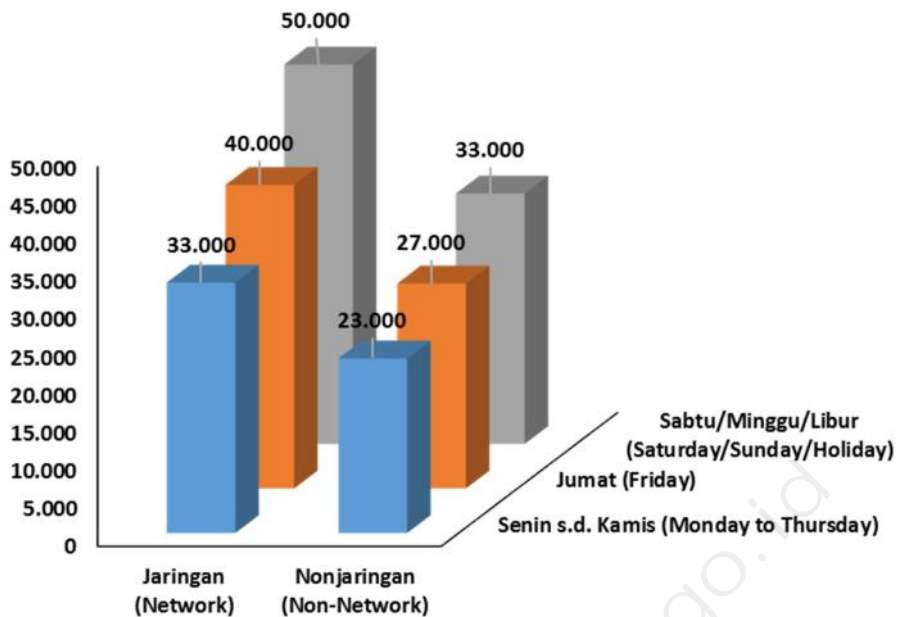
Gambar 14 Persentase Bioskop yang Melayani Penjualan Tiket Secara Elektronik menurut Jenis Bioskop, 2014
Figure 14 Percentage Cinema Serving the Electronic Ticket Sales by Type Cinema, 2014

Penjualan tiket secara elektronik merujuk pada sistem penjualan tiket *mobile ticketing* (MTix), yaitu pemesanan tiket melalui SMS dan website. Untuk saat ini, MTix hanya tersedia di sebagian besar Cinema XXI dan Cinema 21. Penonton yang ingin menggunakan fasilitas ini diharuskan mendatangi loket Cinema XXI atau 21 yang bersangkutan untuk proses registrasi.

Gambar 14 menunjukkan bahwa bioskop jaringan mendominasi dalam memberikan layanan *electronic ticketing* atau Mtix dengan persentase sebesar 93,59 persen. Sisanya sebesar 6,41 persen adalah layanan penjualan tiket secara elektronik oleh bioskop nonjaringan.

Electronic ticket selling refers to mobile ticketing system sales (MTix), which is booking tickets through SMS and website. For now, MTix only available in most of XXI and 21 Cinema. Viewers who would like to use this facility are required to come to the XXI or 21 Cinema's counter for the registration process.

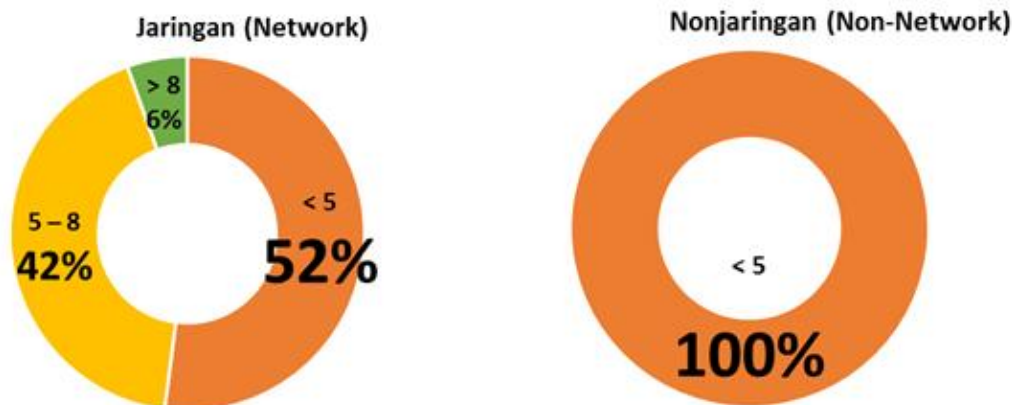
Figure 14 shows that network cinemas dominate in providing electronic ticketing services or Mtix with percentage of 93.59 percent. The remains with percentage 6.41 percent is the electronic ticket sales by non-network cinemas.



Gambar 15 Rata-Rata Harga Tiket Masuk menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2014
Figure 15 Average Ticket Price by Type Cinema and Group Day, 2014

Harga tiket masuk bioskop jaringan berada di rentang Rp 33.000,00 – Rp 50.000,00. Sementara itu, bioskop nonjaringan memiliki rentang harga tiket antara Rp 23.000,00 – Rp 33.000,00. Untuk rata-rata harga tiket di berbagai jaringan bioskop sendiri memiliki pola yang sama. Harga cenderung tinggi pada hari Jum’at dan harga tertinggi ada pada hari Sabtu, Minggu serta hari libur nasional.

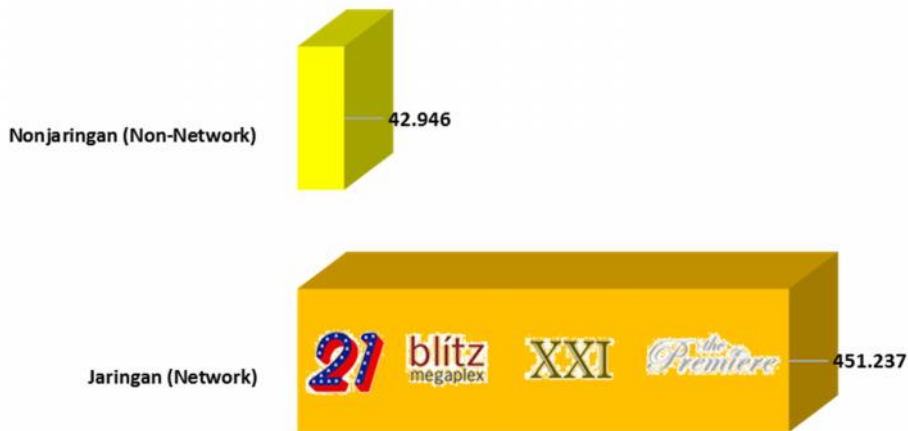
The network cinemas admission price are in the range of 33,000.00 IDR – 50,000.00 IDR. Whereas non network cinemas has ticket price ranges between 23,000.00 IDR – 33,000.00 IDR. For average ticket price in various networks cinema themselves have the same pattern. Prices tend to be higher on Friday and the highest prices is on Saturday, Sunday and national holiday.



Gambar 16 Persentase Jumlah Layar menurut Jenis Bioskop, 2014
Figure 16 Percentage of Number of Cinema Screens by Type, 2014

Gambar 16 menunjukkan bahwa bioskop jaringan sebagian besar memiliki layar kurang dari lima layar dengan persentase sebesar 52 persen. Bioskop jaringan yang memiliki 5-8 layar yaitu sebesar 42 persen, sedangkan bioskop multiplex dengan jumlah layar lebih dari delapan sebanyak 6 persen. Masih sedikitnya bioskop jaringan dengan jumlah layar lebih dari delapan, dapat disebabkan antara lain karena peningkatan kepemilikan peralatan "home theatre", penjualan dan penyewaan video bajakan, dan peningkatan jumlah "video theatres" dengan harga masuk sangat murah dan utamanya video bajakan yang ditayangkan (Chabasseur dan Cazaux dalam UNESCO Institute for Statistics, 2007). Sementara itu, bioskop nonjaringan hanya menyediakan studio dengan jumlah layar kurang dari lima layar.

Figure 16 shows that most of network cinemas has less than five screens with percentage of 52 percent. Network cinemas has the 5-8 screens that is equal to 42 percent, while the number of screen multiplex cinemas more than eight as much as 6 percent. A few studio with multiplexes could happen due to the increase in "home theatre" equipment, the sale and rental of pirated videos, and the multiplication of "video theatres" where the admission price is very cheap and mainly pirated videos are projected (Chabasseur and Cazaux in UNESCO Institute of Statistics, 2007). Meanwhile, the non-network cinemas only provide studio with less than five screens.



Gambar 17 Rata-rata Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop, 2014
Figure 17 Average and Percentage Number of Tickets Sold by Type Theaters, 2014

Jika dilihat secara rata-rata jumlah tiket terjual per bioskop, bioskop jaringan memiliki rata-rata penjualan tiket terbanyak yakni 451.237 tiket per bioskop sepanjang 2014. Sementara itu, bioskop nonjaringan dengan jumlah penjualan rata-rata 42.946 tiket pada 2014. Hal ini wajar karena jumlah bioskop jaringan yang lebih banyak daripada bioskop nonjaringan, terkait pula dengan jumlah layar, kapasitas tempat duduk yang tersedia, dan fasilitas lainnya, serta penayangan film *first run*.

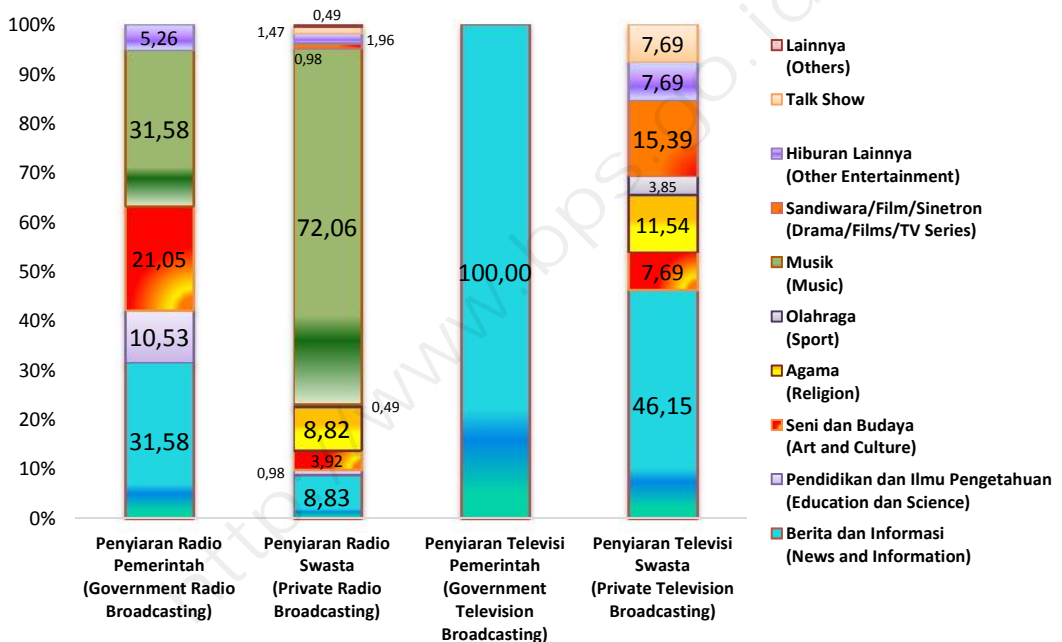
When we viewed the average number of tickets sold per cinema, network cinemas have the highest average ticket sales per theater which is 451,237 tickets during 2014. While non-network cinemas with average number of 42,946 sales of tickets in 2014. It is proper since the number of the network cinemas is more than the number of the non-network cinemas, also related to the number of screen, seat capacity, and other facilities, and first run films played.

4. Penyiaran dan Pemrograman

Gambar 18 menunjukkan persentase perusahaan penyiaran dan pemrograman menurut program/acara unggulan/favorit. Program/acara radio dan televisi dikelompokkan menjadi 10, yaitu: berita dan informasi, pendidikan dan ilmu pengetahuan, seni dan budaya, agama, olahraga, musik, sandiwara/film/sinetron, hiburan lainnya, talkshow, dan lainnya.

4 Broadcasting and Programming

Figure 18 shows the percentage of broadcasters and programming by program /flagship shows/favorites. Programs/shows for radio and television are grouped into 10, namely: news and information, education and science, arts and culture, religion, sports, music, drama/movies/soap operas, other entertainment, talkshows, and so on.



Gambar 18 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/ Acara Unggulan/Favorit dalam Sebulan dan Jenis Kegiatan, 2014
Figure 18 Percentage of Broadcasting and Programming Company by Favorites Program a Month and Type of Activity, 2014

Program unggulan/favorit pada perusahaan penyiaran radio pemerintah didominasi oleh dua program yaitu program berita dan informasi serta program musik, masing-masing dari keduanya sebesar 31,58 persen.

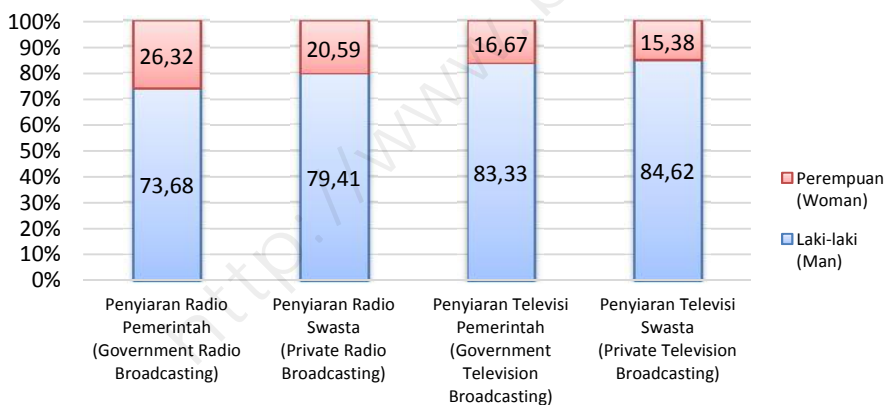
Favourite program on government radio broadcasting is dominated by two type, which are news and information program and music program, each of them are 31,58 percent of all government radio broadcasting companies.

Berbeda dengan penyiaran radio pemerintah, program unggulan pada perusahaan penyiaran radio swasta didominasi oleh program musik, sebanyak 72,06 persen perusahaan memilih program unggulan/favorit tersebut.

Tidak terlalu berbeda dengan penyiaran radio, program unggulan pada penyiaran dan pemrograman televisi baik televisi pemerintah maupun swasta hanya didominasi oleh program berita dan informasi dengan persentase masing-masing 100,00 persen pada perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah dan 46,15 persen pada perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi swasta.

Unlike government radio broadcasting, favourite program of private radio broadcasting is dominated by music program, 72.06 percent of private radio broadcasting choose music program as their favourite program.

Unlike the radio broadcasting, favourite program on broadcasting and programming television both government and private is just dominated by news and information programs with their respective percentage of 100.00 percent of government broadcasting and programming television and 46.15 percent of private broadcasting and programming television.



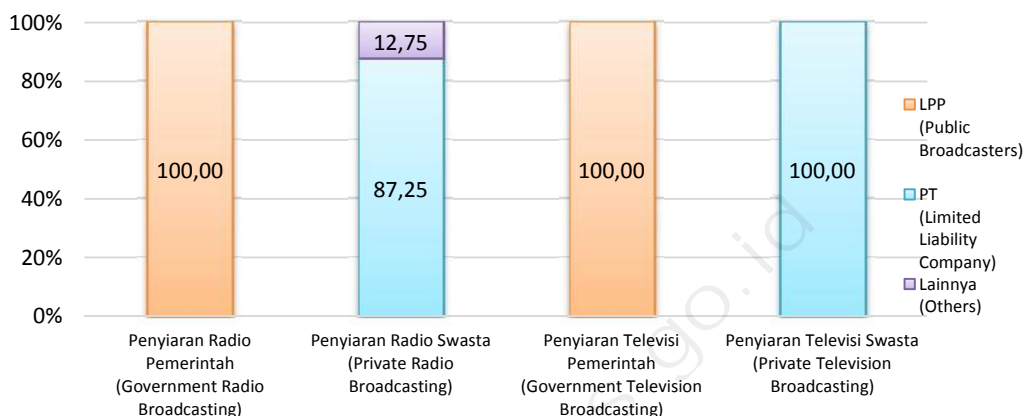
Gambar 19 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Sex of Persons in Charge, 2014*

Pada Gambar 19 terlihat bahwa penanggung jawab perusahaan penyiaran dan pemrograman ternyata didominasi oleh laki-laki, hal ini terjadi baik pada perusahaan penyiaran radio maupun penyiaran televisi.

In Figure 19 can be seen that persons in charge of broadcasting and programming company are dominated by male which happened both in radio and television broadcasting companies.

Dibandingkan dengan jenis penyiaran yang lain, perusahaan penyiaran radio pemerintah mempunyai persentase penanggung jawab yang berjenis kelamin laki-laki paling kecil, yaitu sebesar 73,68 persen.

Meanwhile, for the private radio broadcasting company, the percentage of persons in charge who are male is the smallest compared to the other, it is 73,68 percent.



Gambar 20 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Licensing, 2014*

Sebagaimana terlihat pada Gambar 20, badan hukum perusahaan penyiaran dan pemrograman yang dikelola oleh swasta didominasi oleh PT dengan persentase masing-masing sebesar 87,25 persen pada perusahaan penyiaran radio dan 100,00 persen pada perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi swasta. Sedangkan pada perusahaan penyiaran radio dan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah semuanya berbadan hukum LPP.

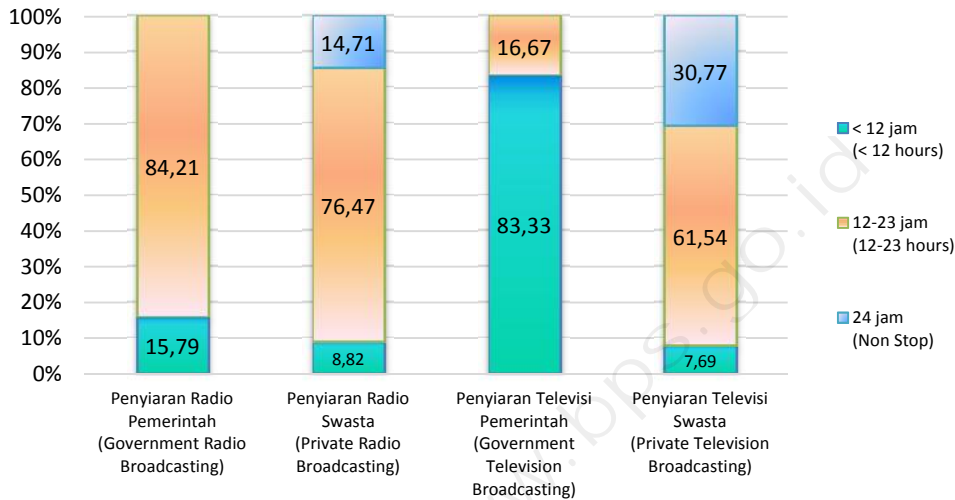
As shown in Figure 20, the legal entity for private radio broadcasting and private broadcasting dan programming television companies are dominated by Incorporated Company with the percentage 87.25 of the private radio broadcasting company and 100,00 percent on private broadcasting and programming television companies. While in government radio and broadcasting and programming television companies are all incorporated by LPP.

Sementara untuk badan hukum lainnya hanya dimiliki oleh penyiaran radio swasta, yakni sebesar 12,75 persen.

Meanwhile, other legal entities just owned by private radio broadcasting companies which is 12.75 percent.

Secara garis besar, perusahaan penyiaran dan pemrograman memiliki durasi siaran antara 12 sampai 23 jam. Sebanyak 84,21 persen perusahaan penyiaran radio pemerintah yang melakukan siaran pada rentang durasi tersebut.

In general, broadcasting and programming companies have duration of broadcast between 12 to 23 hours. 84.21 percent of government radio broadcasting company broadcasts on that duration range.



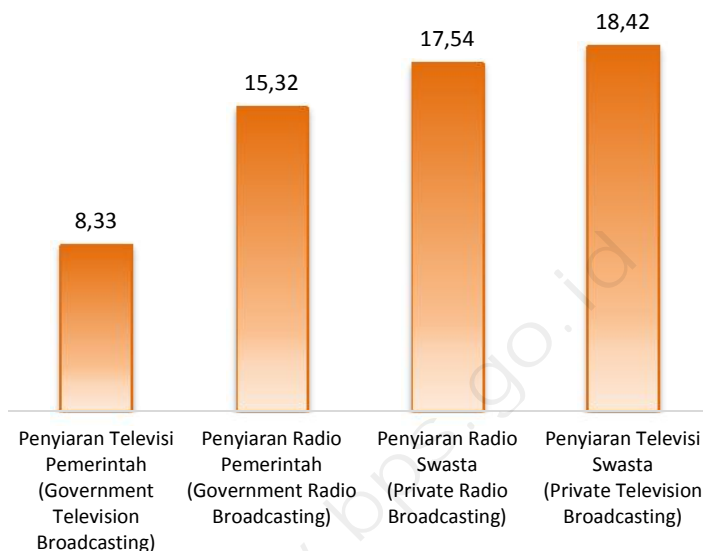
Gambar 21 **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran dalam Sehari, 2014**
Figure 21 **Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Duration a Day, 2014**

Pada perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah hanya sebesar 16,67 persen yang melakukan siaran pada durasi 12 hingga 23 jam. Sementara perusahaan yang melakukan penyiaran selama 24 jam hanyalah perusahaan penyiaran swasta, baik televisi maupun radio. Terdapat sebanyak 30,77 persen perusahaan televisi swasta yang bersiaran hingga 24 jam dan untuk perusahaan penyiaran radio swasta terdapat sebanyak 14,71 persen.

On the government television broadcasting and programming companies, only 16.67 percent of them broadcast on the duration of 12 to 23 hours. The companies that broadcast for 24 hours are only private broadcasting companies, for both television and radio. There are 30.77 percent of the private television companies and 14.71 percent of private radio broadcasting companies broadcast up to 24 hours.

Di sisi lain, mayoritas perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah justru hanya melakukan siaran dibawah 12 jam, yaitu sebesar 83,33 persen.

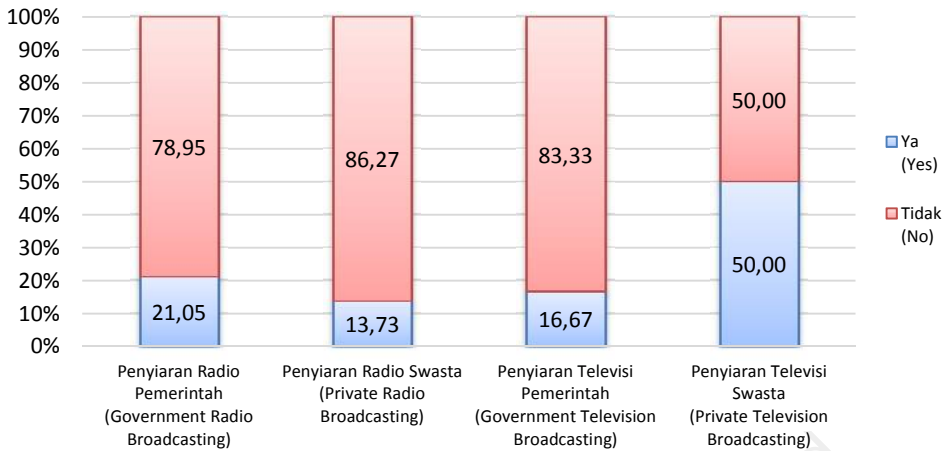
On the other hand, the majority of the government television broadcasting and programming companies only operate under 12 hours, amounting to 83.33 percent.



Gambar 22 Rata-rata Durasi Siaran (jam) Dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan, 2014
Figure 22 Average of Broadcast Duration (hour) per Day of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2014

Di bidang penyiaran dan pemrograman, durasi siaran memiliki peranan yang sangat penting. Pada Gambar 22 terlihat bahwa perusahaan penyiaran televisi swasta memiliki rata-rata durasi siaran yang paling lama. Rata-rata perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi swasta melakukan siaran sebanyak 18,42 jam per hari. Sedangkan rata-rata perusahaan penyiaran televisi pemerintah mempunyai durasi terpendek yakni hanya selama 8,33 jam per hari.

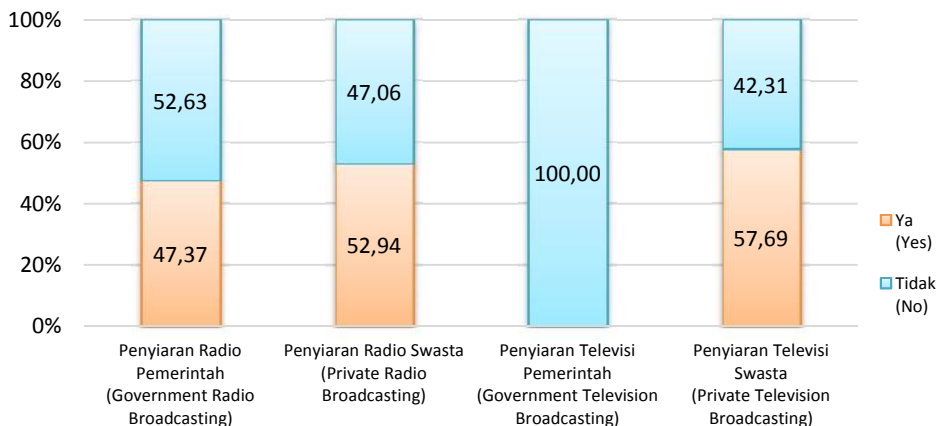
In the field of broadcasting and programming, broadcast duration has a very important role. In Figure 22 appears that private television broadcasting companies have the longest average broadcast duration per day. Private television broadcasting and programming companies broadcast 18.42 hours per day in average. While government television broadcasting dan programming only broadcast 8.33 hours per day in average.



Gambar 23 **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Program Bahasa Asing, 2014**
Figure 23 **Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Foreign Language Programs Availability, 2014**

Era globalisasi saat ini mendorong perusahaan penyiaran radio maupun televisi untuk turut menyediakan program dengan bahasa asing. Gambar 23 menunjukkan bahwa beberapa perusahaan telah memiliki program berbahasa asing, dengan persentase terbanyak sebesar 50,00 persen yaitu pada perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi swasta dan yang terendah yaitu pada perusahaan penyiaran radio swasta sebesar hanya 13,73 persen.

The globalization era requires radio and television broadcasting companies to provide foreign language program. Figure 23 shows that some companies already have foreign language program, which the biggest percentage is private television broadcasting and programming companies by 50.00 percent and the smallest percentage is private radio broadcasting companies by only 13.73 percent.



Gambar 24 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Services, 2014*

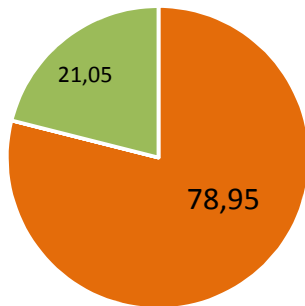
Era teknologi dan informasi saat ini menuntut berbagai perubahan untuk perusahaan penyiaran agar tetap diminati oleh para pelanggan. Saat ini, bagi pelanggan yang tidak bisa menyaksikan program siaran di televisi atau radio, dapat menikmatinya melalui internet (*Live Streaming*). Perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi swasta sebagian besar sudah menyediakan fasilitas *Live Streaming*, yaitu sebesar 57,69 persen.

Disusul kemudian oleh perusahaan penyiaran radio swasta yang menyediakan fasilitas *Live Streaming* sebesar 52,94 persen. Perusahaan penyiaran radio pemerintah hanya sebanyak 47,37 persen yang menyediakan fasilitas *Live Streaming*. Sedangkan perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah tidak menyediakan fasilitas tersebut.

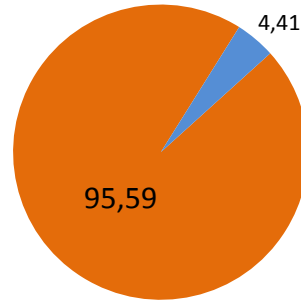
The era of technology and information demands various changes to the broadcasting companies to attract subscribers. Nowadays, subscribers whom can not watch broadcasting programs on television or radio could enjoy them via Internet (Live Streaming). Private television broadcasting and programming companies already provide most of the Live Streaming facilities, amounting to 57.69 percent.

Followed by private radio broadcasting companies that provide Live Streaming facilities by 52.94 percent. The government radio broadcasting companies are only 47.37 percent that provide Live Streaming facilities. Whereas government television broadcasting and programming companies do not provide Live Streaming facilities.

Penyiaran Radio Pemerintah
Government Radio Broadcasting



Penyiaran Radio Swasta
Private Radio Broadcasting



■ FM ■ AM ■ AM dan FM

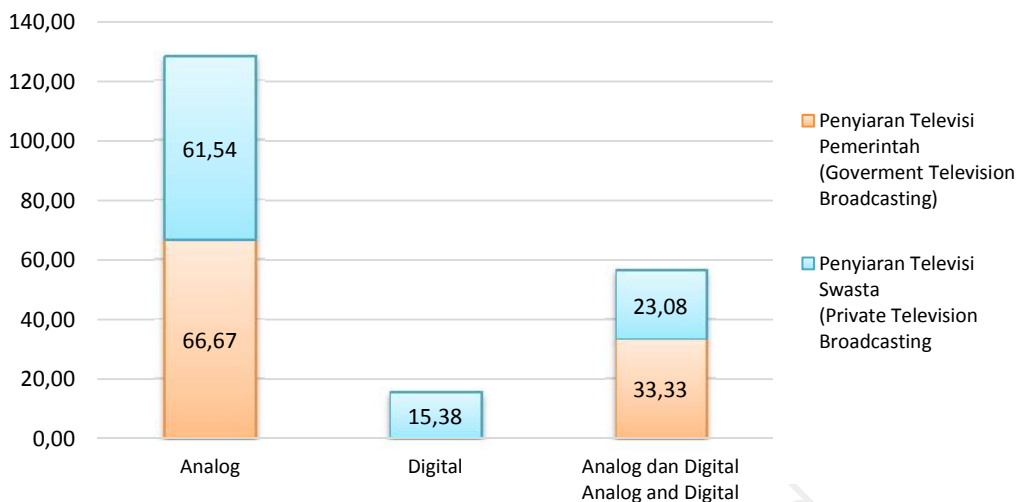
Gambar 25 Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Jenis Kegiatan dan Gelombang Frekuensi Siaran, 2014
Figure 25 Percentage of Radio Broadcasting Company by Type of Activity and Broadcast Frequency, 2014

Gelombang siaran radio yang dapat digunakan untuk melakukan siaran ada sebanyak 3 jenis, yaitu FM, AM, serta AM dan FM. Berdasarkan hasil survei Infokom, perusahaan penyiaran radio di Indonesia kebanyakan menggunakan gelombang siaran FM yang merupakan frekuensi paling berkualitas. Beberapa perusahaan penyiaran radio pemerintah bahkan menggunakan gelombang siaran FM dan AM.

Untuk perusahaan radio pemerintah sebanyak 78,95 persen sudah menggunakan frekuensi FM, dan sisanya 21,05 persen menggunakan frekuensi FM dan AM. Sementara untuk perusahaan radio swasta, sebesar 95,59 persen menggunakan frekuensi FM dan sisanya yaitu 4,41 persen masih menggunakan gelombang frekuensi AM.

There are 3 kind of Radio waves that can be used to broadcast, FM, AM, FM and AM. Based on the results, most of radio broadcasting companies in Indonesia have been using the FM which has the best quality of frequency. Some government radio broadcasting companies even use FM and AM Radio wave.

78.95 percent of government radio broadcasting companies are already using the FM frequency, and 21.05 others are using FM and AM frequency. As for private radio companies, it is amounting to 95.59 percent using the FM frequency and the remaining 4.41 percent are still using AM frequency bands.



Gambar 26 *Figure 26* **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Jenis Kegiatan dan Sinyal Tranmisi Siaran, 2014**
Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Transmission Signal, 2014

Kualitas penyiaran televisi bergantung pada sistem penyiaran yang digunakan. Secara umum, semua jenis sinyal transmisi siaran didominasi oleh kegiatan penyiaran televisi swasta. Terutama untuk sinyal transmisi digital, keseluruhannya melaksanakan kegiatan siaran TV swasta.

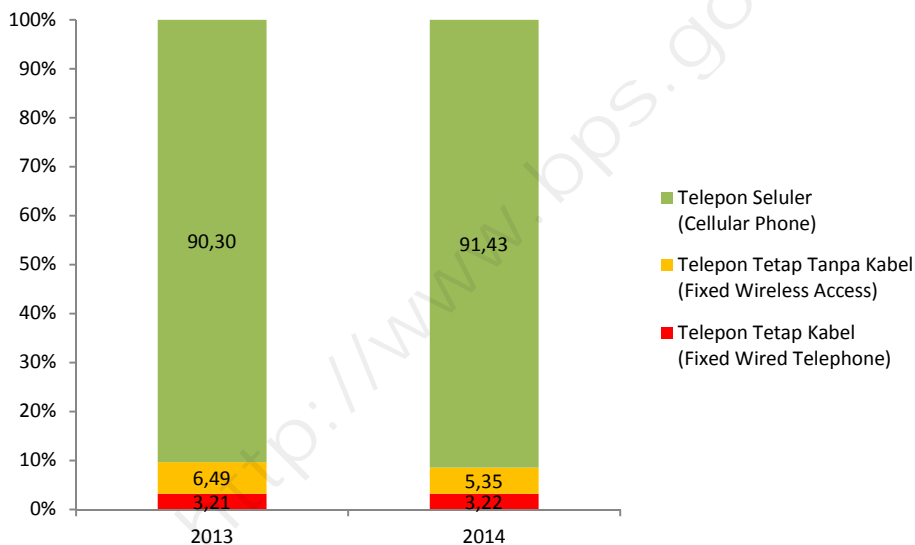
Transmisi yang banyak digunakan adalah sinyal transmisi analog yang digunakan 66,67 persen perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah dan 61,54 persen perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi swasta. Sementara untuk sinyal transmisi analog dan digital digunakan oleh sebanyak 33,33 persen perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi pemerintah dan 23,08 persen perusahaan penyiaran televisi swasta.

Quality of television broadcasting relies on the broadcast transmission system used. In general, all types of broadcast transmission signal are dominated by private television broadcasting activities. Especially for digital transmission signal, the whole of them are conducting the private TV broadcast.

The transmission that used the most is analog signal, which is used by 66.67 percent of government television broadcasting and programming companies and 61.54 percent of private television broadcasting and programming companies. Meanwhile analog and digital transmission are used by 33.33 percent of government television broadcasting and programming companies and 23.08 percent of private television broadcasting companies.

5. Jaringan Telekomunikasi

Sebagaimana terlihat pada Gambar 27, pada tahun 2014 pelanggan yang menggunakan telepon seluler sebanyak 91,43 persen. Nilai ini merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan jenis layanan telepon yang lain. Untuk pelanggan telepon tetap tanpa kabel ada di urutan kedua dengan persentase sebesar 5,35 persen dan diikuti dengan pengguna telepon tetap kabel sebanyak 3,22 persen. Pola pada tahun 2014 sama dengan pola yang ada pada tahun 2013.



Gambar 27 Persentase Pelanggan Telepon menurut Produk Pelayanan, 2014
Figure 27 Percentage of Telephone Subscribers by Service Products, 2014

Tahun 2013, persentase jumlah pelanggan telepon seluler sebesar 90,30 persen, disusul dengan pelanggan telepon tetap tanpa kabel serta telepon tetap kabel dengan persentase masing-masing sebesar 6,49 persen dan 3,21 persen.

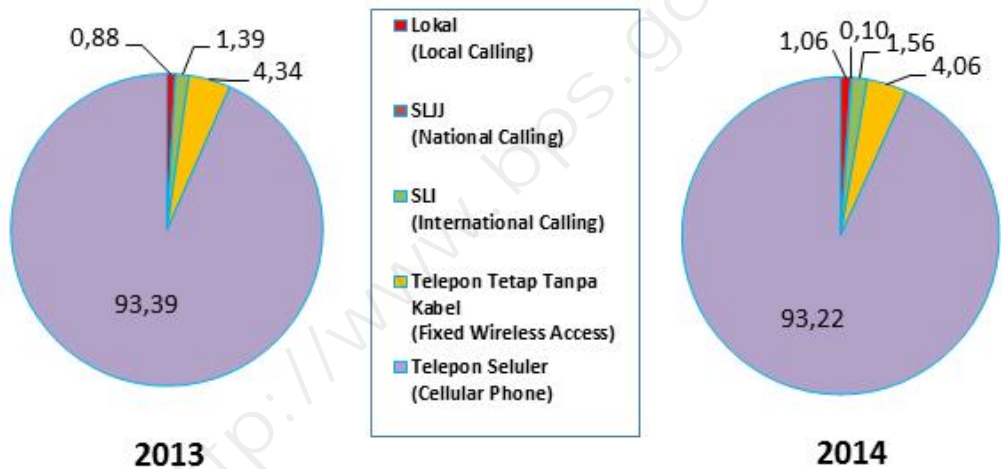
5. Telecommunication Network

As seen on Figure 27, in 2014, 91.43 percent subscribers using cellular telephone. This value is the highest one if compared to the other type of telephone services. Fixed wireless access subscribers are in second order by 5.35 percent and followed by fixed wired telephone by 3.22 percent. Data pattern in 2014 is the same with pattern in 2013.

In 2013, percentage of cellular telephone subscribers is 90.30 percent, followed by fixed wireless access and fixed wired telephone with each percentage are 6.49 percent and 3.21 percent.

Berdasarkan Gambar 28, trafik/lalu lintas layanan pada tahun 2014 telepon seluler sebesar 93,22 persen. Disusul dengan data trafik/lalu lintas layanan untuk telepon tetap tanpa kabel (FWA) di urutan kedua terbanyak dengan persentase sebesar 4,06 persen. Sisanya adalah trafik/lalu lintas layanan telepon tetap kabel SLI (Sambungan Langsung International) sebesar 1,56 persen, sambungan lokal sebesar 1,06 persen dan SLJJ (Sambungan Langsung Jarak Jauh) sebesar 0,10 persen.

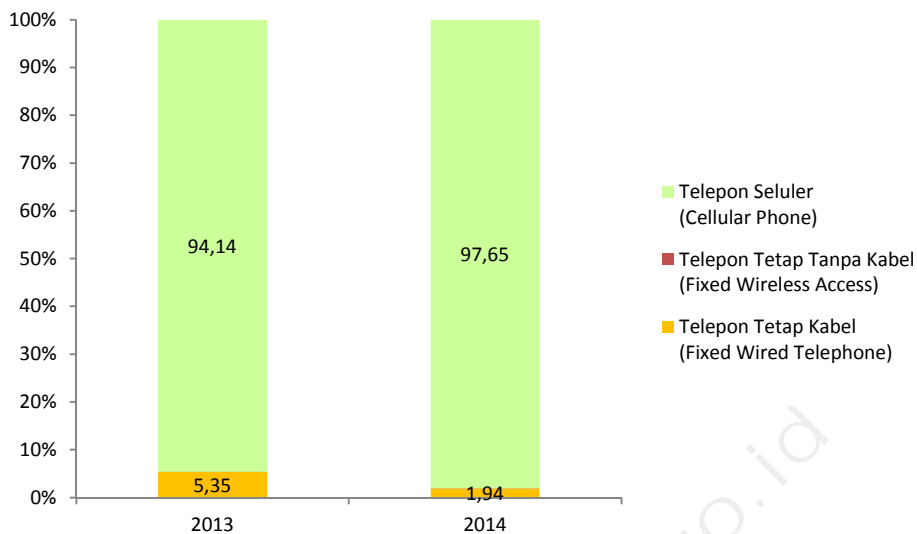
Based on Figure 28, service traffic of cellular telephone in 2014 is 93.22 percent. Then, followed by traffic service of fixed wireless access (FWA) in second rank, 4.06 percent. The rest traffics are traffic of fixed wired telephone SLI (International calling) by 1.56 percent, local networking by 1.06 percent, and SLJJ by 0.10 percent.



Gambar 28 Persentase Lalu Lintas Layanan menurut Produk Pelayanan, 2013–2014
Figure 28 Percentage of Service Traffic by Service Products, 2013–2014

Kondisi pada tahun 2013 tidak berbeda jauh dengan tahun 2014. Lalu lintas layanan telepon seluler sebesar 93,39 persen. Diikuti telepon tetap tanpa kabel (FWA) sebesar 4,34 persen. Sedangkan telepon tetap kabel, SLI dan sambungan lokal masing-masing sebesar 1,39 persen, 0,88 persen. Sedangkan lalu lintas Layanan SLJJ pada survei tahun ini tidak tercatat.

Condition in 2013 is slightly different with 2014. The percentage of service traffic of cellular phone is 93.39 percent. Followed by fixed wireless access (FWA) by 4.34 percent. While fixed wired telephone SLI and local calling by 1.39 percent and 0.88 percent. Traffic of SLJJ is not recorded in this survey.



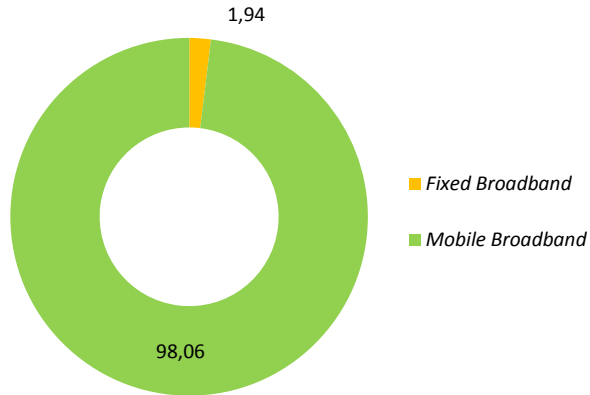
Gambar 29 Persentase Jumlah Pelanggan yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan, 2013–2014
Figure 29 Percentage of Subscribers Accessing Internet by Service Product, 2013–2014

Dari Gambar 29 didapatkan bahwa pada tahun 2013, sebesar 94,14 persen dari keseluruhan pengguna internet mengakses melalui telepon seluler. Angka ini mengalami kenaikan pada tahun 2014 menjadi sebesar 97,65 persen.

Tingginya akses internet melalui telepon seluler ini didorong oleh banyaknya perangkat dengan harga yang terjangkau di pasaran. Berbeda dengan telepon seluler, persentase pengaksesan internet melalui telepon tetap kabel tergolong sangat rendah. Pada tahun 2013 hanya 5,35 persen pengguna yang mengakses internet melalui telepon tetap kabel dan semakin menurun di tahun 2014 sebesar 1,94 persen.

From Figure 29 can be obtained that in 2013, 94.14 percent of all internet users are accessing internet by cellular telephone. This has increased to 97.65 percent in 2014.

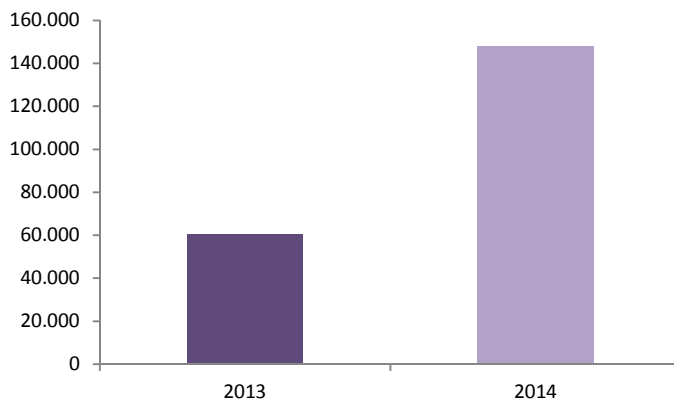
High amount of internet access by cellular telephone is caused by a lot of cellular telephone with affordable price in market. Different with the cellular telephone, the percentage of accessing internet by fixed wired telephone is very low. In 2013, only 5.35 percent of user accessing internet by fixed wired telephone and more decreasing as 1.94 percent in 2014.



Gambar 30 *Percentage of Subscribers Accessing Internet/Data by Product and Type of Service, 2014*

Selama 2014, tercatat 98,06 persen pelanggan telepon yang mengakses internet menggunakan layanan mobile broadband. Layanan mobile broadband dimiliki oleh telepon tetap tanpa kabel dan telepon seluler. Layanan *fixed broadband* digunakan sekitar 1,94 persen pelanggan telepon untuk mengakses internet (menggunakan telepon tetap kabel/PSTN)

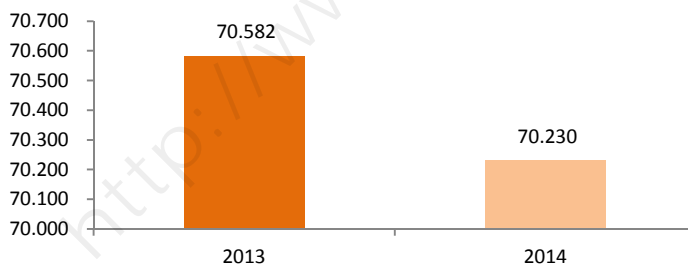
In 2014, recorded that 98.06 percent subscribers accessing internet using mobile broadband service. This service have been provided by fixed wireless access and cellular telephone. Fixed broadband service are used by about 1.94 percent of telephone subscriber to access internet (using a fixed wired telephone/PSTN).



Gambar 31 Rata-Rata Trafik Data GPRS, 2013–2014
Figure 31 Average of GPRS Data Traffic, 2013–2014

Dari Gambar 31, didapatkan rata-rata trafik data GPRS meningkat signifikan pada tahun 2014 jika dibandingkan dengan keadaan pada tahun 2013. Trafik data tumbuh mencapai 144 persen dari 60.605 terabyte menjadi 148.015 terabyte.

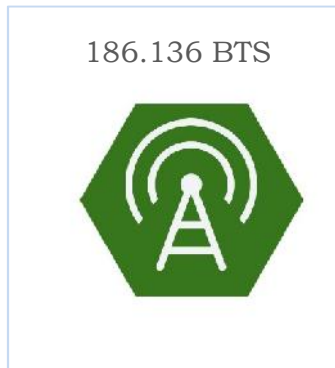
From Figure 31, obtained that average of GPRS traffic data increased significantly in 2014 if compared to 2013 condition. Data traffic growth reached 144 percent from 60,605 terabyte to 148,015 terabyte.



Gambar 32 Rata-Rata Tarif Berlangganan Internet dalam Satu Bulan, 2014
Figure 32 Average of Internet Subscription Rate a Month, 2014

Rata-rata tarif berlangganan internet oleh penyedia jasa telepon dalam satu bulan pada tahun 2014 mengalami penurunan harga menjadi 70.230 rupiah dibanding tarif berlangganan internet di tahun 2013. Keadaan ini menunjukkan adanya perubahan harga paket internet yang ditawarkan oleh penyedia jasa internet.

Average tariff of internet subscription by telephone service provider in a month in 2014 decreased to become 70,230 rupiah compared to internet subscription rates in 2013. This condition shows that there is change in internet package rates offered by internet service provider.



Gambar 33 Jumlah Base Transceiver Station (BTS), 2014
Figure 33 Total of Base Transceiver Station (BTS), 2014

Base Transceiver Station (BTS) adalah suatu alat yang berfungsi menghubungkan perangkat komunikasi pengguna dengan jaringan menuju jaringan lain. Berdasarkan hasil Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2015, seperti yang terlihat pada Gambar 33, jumlah BTS pada tahun 2014 adalah sebanyak 186.136 BTS.

Base Transceiver Station (BTS) is a tool for connecting the user communication tools to other networks. Based on the result of *Information and Communication Companies Survey 2015*, as seen on *Figure 33*, total BTS in 2014 is 186,136 BTS.

6. Jasa Multimedia

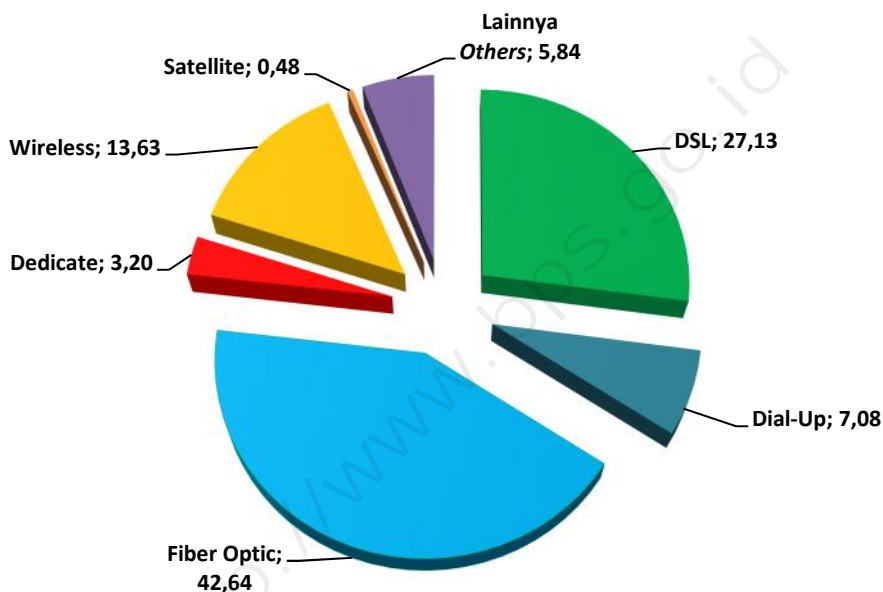
6.1. Jasa Penyedia Layanan Internet

Pada tahun 2014, seluruh perusahaan jasa *Internet Service Provider/ISP* berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan hampir seluruh, yaitu sekitar 91,87 persen usaha warnet dimiliki oleh perorangan.

6. Multimedia Services

6.1. Internet Service Provider

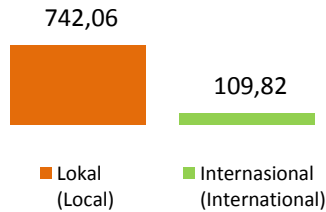
In 2014, the entire services company of *Internet Service Provider/ISP* are Limited Liability Company and almost all (about 91.87 percent) Internet cafe business are owned by individual.



Gambar 34 Persentase Pelanggan Perusahaan Jasa ISP Menurut Layanan Akses yang Digunakan, 2014
Figure Percentage of ISP Services Company Subscriber by Service Access Used, 2014

Jika dilihat menurut layanan akses yang digunakan, pada tahun 2014 pelanggan Fiber Optik mendominasi dengan persentase 42,64 persen. Sementara pelanggan Satelit menempati persentase terkecil dengan 0,48 persen.

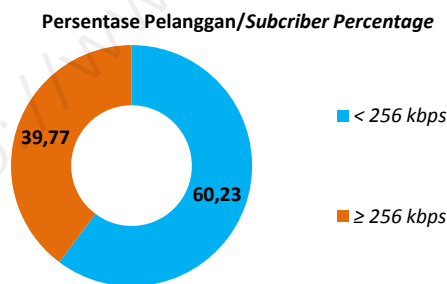
According to the access service used, in 2014, the Fiber Optic subscriber dominated with the percentage of 42.64 percent. While the Satellite subscriber occupies the smallest with percentage of 0.48 percent.



Gambar 35 *Figure 35* **Persentase Rata-rata Kapasitas Bandwidth (Mbps) per Perusahaan menurut Jenis Sambungan, 2014**
Average Bandwidth Capacity (Mbps) per ISP company by Connection Type, 2014

Rata-rata kapasitas *bandwidth* pada suatu perusahaan jasa internet dapat dilihat pada Gambar 35. Gambar tersebut menunjukkan perusahaan jasa internet dengan jenis sambungan lokal memiliki rata-rata kapasitas *bandwidth* sebesar 742,06 Mbps sedangkan jenis sambungan internasional memiliki rata-rata kapasitas *bandwidth* sebesar 109,82 Mbps.

The average of bandwidth capacity on an Internet services company can be seen in Figure 35. The figure shows average bandwidth capacity per Internet services company by connection type that valued 742.06 Mbps for local connections. While the international connection has 109.82 Mbps bandwidth capacity in average.



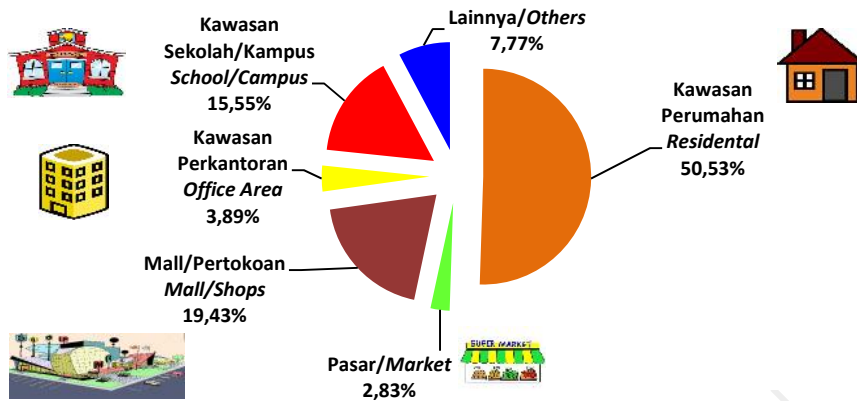
Gambar 36 *Figure 36* **Persentase Pelanggan Perusahaan Jasa ISP Menurut Kecepatannya, 2014**
Percentage of ISP Services Company Subscriber by Speed Levels, 2014

Pada Gambar 36 terlihat bahwa pelanggan perusahaan Jasa ISP dengan kecepatan <256 kbps memiliki persentase pelanggan sebesar 60,23 persen, sedangkan pelanggan ISP dengan kecepatan ≥256 mempunyai persentase pelanggan sebesar 39,77 persen.

Figure 36 shows that percentage of ISP companies with speed of <256 kbps subscriber is 60.23 percent, while the ISP subscriber with speed of ≥256 kbps is 39.77 percent.

6.2. Warung Internet

6.2. Internet Cafe



Gambar 37 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha, 2014
Figure 37 Percentage of Internet Cafe by Business Location, 2014

Jasa multimedia didalamnya termasuk usaha warung internet (warnet). Berdasarkan lokasi usahanya, kawasan perumahan memiliki persentase warnet terbanyak yaitu 50,53 persen, kemudian diikuti dengan kawasan mall/pertokoan sebesar 19,43 persen, sedangkan kategori pasar menjadi lokasi dengan persentase warnet terkecil yaitu sebesar 2,83 persen.

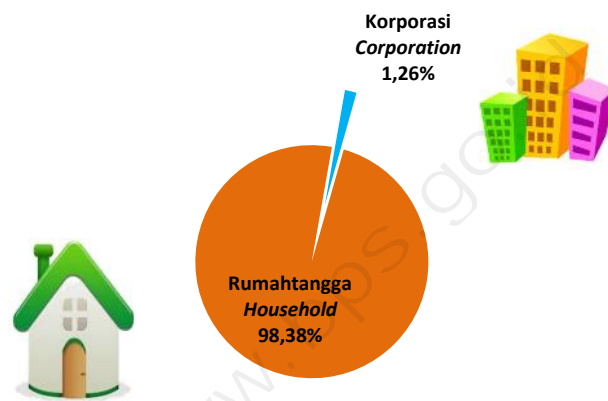
Multimedia services includes internet cafes business. Based on the location of business, residential areas have the highest percentage of internet cafe that is 50.53 percent, followed by the Mall/Shops by 19.43 percent, while the market category has the smallest percentage of internet cafe with 2.83 percent.

6.3. Televisi Berbayar

Kebutuhan masyarakat akan acara televisi yang berkualitas semakin meningkat mengingat siaran yang ditayangkan pada televisi terestrial cenderung seragam. Hal tersebut merupakan salah satu penyebab semakin banyaknya perusahaan-perusahaan televisi berbayar.

6.3. Cable Television

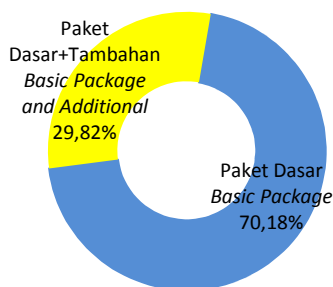
The community demand for qualified television program has increased since the broadcast that aired on terrestrial television tend to be similar. This is one of the causes of the increasing number of cable-TV companies.



Gambar 38 **Persentase Pelanggan TV Berbayar, 2014**
Figure **Percentage of Cable-TV Subscriber, 2014**

Pelanggan TV berbayar adalah rumah tangga dan korporasi. Dimana pelanggan TV berbayar didominasi oleh rumah tangga, yaitu sebesar 98,38 persen, sedangkan korporasi hanya 1,26 persen.

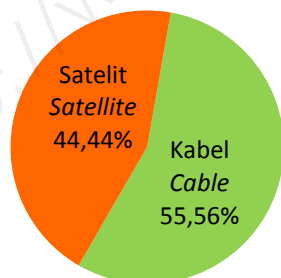
Cable-TV subscribers are households and corporations. Where cable-TV subscribers are dominated by households, 98.38 percent, while the corporations is only 1.26 percent.



Gambar 39 Persentase Pelanggan TV Berbayar Menurut Jenis Paket Tahun 2014
Figure *Percentage of Cable-TV subscriber by Types of Package, 2014*

Untuk menarik pelanggan, perusahaan TV berbayar menawarkan berbagai jenis paket dimana biasanya setiap paket memiliki harga yang berbeda sesuai dengan jumlah saluran/chanel yang ditawarkan pada masing-masing paket. Berdasarkan Gambar 39, mayoritas pelanggan yaitu sebesar 70,18 persen memilih menggunakan paket dasar, dan 29,82 persen pelanggan saja yang menggunakan paket dasar dan tambahan.

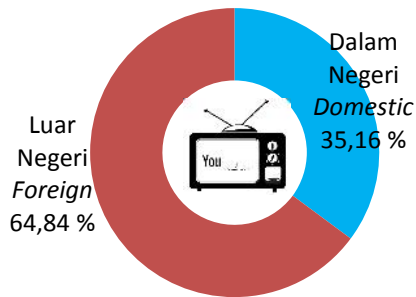
To attract subscribers, the cable-TV Company offers various types of package where each package usually have different prices according to the number of channels offered in each package. Based on Figure 39, the majority of subscribers in the amount of 70.18 percent chose to use the basic package, and 29.82 percent of subscribers are using the basic package and additional.



Gambar 40 Persentase Teknologi Distribusi Perusahaan TV Berbayar, 2015
Figure *Percentage of Technology Distribution Company Cable-TV, 2015*

Teknologi distribusi yang digunakan dalam TV berbayar dapat berupa kabel, satelit, *internet protocol*, dan *digital terrestrial*. Pada tahun 2015, perusahaan TV berbayar mayoritas menggunakan kabel sebesar 55,56 persen dan satelit 44,44 persen.

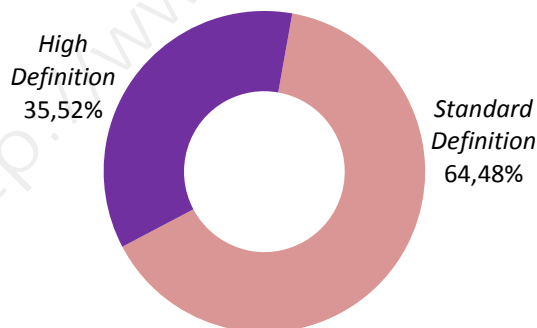
Distribution technology used in the cable-TV can be a cable, satellite, internet protocol, and digital terrestrial. In 2015, the majority of the cable-TV company uses cable in the amount of 55.56 percent and satellites 44.44 percent.



Gambar 41 **Persentase Saluran TV Berbayar, 2014**
Figure 41 **Percentage of Cable-TV Channels, 2014**

Salah satu keunggulan dari TV berbayar adalah menyediakan banyak saluran/channel, baik yang berasal dari dalam negeri, maupun luar negeri. Gambar 41 menunjukkan bahwa lebih dari setengah saluran yang disiarkan oleh TV berbayar berupa saluran yang berasal dari luar negeri yaitu sebesar 64,84 persen dan 35,16 persen merupakan saluran dalam negeri.

One of the advantages of cable-TV is providing many channels, both from domestic and foreign. Figure 41 shows that more than half or 64.84 percent of the channels broadcasted by a cable-TV are abroad channel, and 35.16 percent are domestic channel.



Gambar 42 **Persentase Format Gambar TV Berbayar, 2014**
Figure 42 **Percentage of Cable-TV Format Picture, 2014**

TV Berbayar menawarkan dua jenis format gambar, yaitu *High Definition* dan *Standard Definition*. Berdasarkan Gambar 42, sebagian besar TV berbayar (64,48 persen) masih menggunakan format gambar *Standard Definition*.

Cable-TV offers two types of image formats, namely High Definition and Standard Definition. Based on Figure 42. most of cable-TV (64.48 percent) still uses standard definition for its image format.



BADAN PUSAT STATISTIK

LAMPIRAN TABEL

APPENDIX OF TABLES

<http://www.bps.go.id>

Tabel 1 **Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2015**
Table 1 **Percentage of Information and Communications Company by Industrial Classification and Legal Entity/Business Entity/Licensing, 2015**

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan <i>Legal Entity/Business Entity/Licensing</i>								Jumlah <i>Total</i>
	PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	Koperasi <i>Cooperative</i>	CV	Yayasan <i>Foundation</i>	Ijin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Related Authorities</i>	Perorangan <i>Individual</i>	LPP <i>Public Broadcasters</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)
Penerbitan <i>Publishing</i>	53,42	2,74	28,09	7,53	2,74	2,74	-	2,74	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	72,00	-	4,00	12,00	-	8,00	-	4,00	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	97,44	-	-	-	1,28	1,28	-	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	80,00	-	-	-	-	-	9,80	10,20	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	100,00	-	-	-	-	-	-	-	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	6,67	-	1,67	0,67	1,00	86,67	-	3,32	100,00
Jumlah <i>Total</i>	49,63	0,49	5,80	1,98	0,99	32,84	3,08	5,19	100,00

Tabel
Table 2

Persentase Pekerja Tetap Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014
Percentage of Permanent Male Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014

Laki-laki/Male

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>			Jumlah <i>Total</i>	
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1 S2/S3		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Penerbitan <i>Publishing</i>	32,65	5,82	58,46	3,07	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	37,35	18,67	40,36	3,62	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	82,26	6,72	11,02	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	46,12	9,93	40,63	3,32	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	28,05	23,52	39,79	8,64	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	39,82	11,89	47,56	0,73	100,00
Jumlah <i>Total</i>	36,14	15,64	42,64	5,58	100,00

Tabel 3 **Persentase Pekerja Tetap Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014**
Percentage of Permanent Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>				Jumlah <i>Total</i>
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School, equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1	S2/S3	
Penerbitan <i>Publishing</i>	29,59	7,80	60,39	2,22	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	30,69	28,72	33,66	6,93	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	91,11	2,96	5,94	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	34,98	10,95	50,22	3,85	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	24,69	19,27	47,71	8,33	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	35,08	20,16	44,48	0,28	100,00
Jumlah <i>Total</i>	30,99	13,93	49,97	5,11	100,00

Tabel 4 **Persentase Pekerja Tetap (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014**
Percentage of Permanent Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Laki-laki+Perempuan/ <i>Male+Female</i> Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>				Jumlah <i>Total</i>
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School, equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1	S2/S3	
Penerbitan <i>Publishing</i>	31,85	6,34	58,96	2,85	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	34,83	22,47	37,83	4,87	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	84,62	5,72	9,66	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	43,16	10,20	43,18	3,46	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	27,37	22,66	41,39	8,58	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	38,74	13,77	46,86	0,63	100,00
Jumlah <i>Total</i>	34,92	15,24	44,37	5,47	100,00

Tabel 5 **Persentase Pekerja Kontrak Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014**
Table 5 **Percentage of Contract Male Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014**

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>			Jumlah <i>Total</i>	Laki-laki/Male
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School, equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1		S2/S3
		(1)	(2)		(3)
Penerbitan <i>Publishing</i>	58,98	9,87	29,99	1,16	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	34,47	18,93	45,63	0,97	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	97,17	1,26	1,57	–	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	46,15	10,46	42,70	0,69	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	2,76	14,37	76,57	6,30	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	61,70	7,80	30,50	–	100,00
Jumlah <i>Total</i>	49,90	10,00	38,99	1,11	100,00

Tabel 6 Persentase Pekerja Kontrak Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014
Table 6 *Percentage of Contract Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014*

<i>Perempuan/Female</i>					
<i>Klasifikasi Lapangan Usaha Industrial Classification</i>	<i>SMA Sederajat ke Bawah High School, equivalent, and below</i>	<i>Jenjang Pendidikan Level of Education</i>			<i>Jumlah Total</i>
		<i>D1/D2/D3</i>	<i>D4/S1</i>	<i>S2/S3</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
<i>Penerbitan Publishing</i>	41,72	17,79	39,88	0,61	100,00
<i>Rumah Produksi Production House</i>	25,00	26,47	48,53	-	100,00
<i>Bioskop Cinema</i>	97,65	1,52	0,83	-	100,00
<i>Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming</i>	41,98	10,19	46,50	1,33	100,00
<i>Jaringan Telekomunikasi Telecommunications Network</i>	2,67	20,00	73,33	4,00	100,00
<i>Jasa Multimedia Multimedia Services</i>	50,00	5,36	44,64	-	100,00
<i>Jumlah Total</i>	51,34	10,12	37,51	1,03	100,00

Tabel 7 Persentase Pekerja Kontrak (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2014
Table 7 *Percentage of Contract Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2014*

Laki-laki+Perempuan/Male+Female

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>			Jumlah <i>Total</i>	
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School, equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1		S2/S3
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Penerbitan <i>Publishing</i>	54,26	12,04	32,69	1,01	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	32,12	20,80	46,35	0,73	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	97,43	1,40	1,17	–	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	44,80	10,36	43,94	0,90	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	2,74	15,65	75,83	5,78	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	58,38	7,10	34,52	–	100,00
Jumlah <i>Total</i>	50,38	10,04	38,50	1,08	100,00

Tabel 8 **Persentase Pekerja (Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Status Pekerja, 2014**
Table 8 **Percentage of Workers (Including Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Status of Workers, 2014**

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Status Pekerja <i>Status of Workers</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Tetap <i>Permanent</i>	Kontrak <i>Contract</i>	Asing <i>Foreign</i>	Tidak Tetap <i>Not Permanent</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Penerbitan <i>Publishing</i>	73,57	20,66	0,09	5,68	100,00
Rumah Produksi <i>Production House</i>	34,14	35,04	0,38	30,44	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	24,27	65,15	-	10,58	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	66,98	26,47	0,05	6,50	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	78,87	2,67	0,10	5,96	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	86,18	10,68	-	3,14	100,00
Jumlah <i>Total</i>	74,97	18,11	0,08	6,84	100,00

Tabel 9 Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Penerbitan, 2014
Table 9 *Percentage of Publishing Company by Legal Entity/Business Entity/ Licensing and Publishing, Type 2014*

Bentuk Badan Hukum <i>Legal Entity</i>	Jenis Penerbitan Utama <i>Main Type of Publishing</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Buku <i>Book</i>	Penerbitan Berkala* <i>Periodical Publishing*</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	15,75	37,67	53,42
CV	23,98	4,11	28,09
Koperasi <i>Cooperative</i>	0,68	2,06	2,74
Yayasan <i>Foundation</i>	4,79	2,74	7,53
Izin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Related Authorities</i>	2,06	0,68	2,74
Perorangan <i>Individual</i>	2,74	–	2,74
Lainnya <i>Others</i>	2,74	–	2,74
Jumlah <i>Total</i>	52,74	47,26	100,00

*1) Penerbitan Berkala meliputi Surat Kabar, Tabloid, Buletin, dan Majalah

*2) *Periodical Publishing include Newspapers, Tabloid, Bulletin, and Magazines*

Tabel 10 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Buku yang Diterbitkan, 2014
Table *Percentage of Book Publishing Company by Legal Entity/Business Entity/Licensing and Type of Book Published, 2014*

Bentuk Badan Hukum <i>Legal Entity</i>	Jenis Buku yang Diterbitkan <i>Type of Published Books</i>			Jumlah <i>Total</i>
	Pelajaran <i>Textbook</i>	Non Pelajaran <i>Non-lessons</i>	Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non-lessons</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	5,19	18,18	6,49	29,86
CV	24,67	12,99	7,79	45,45
Koperasi <i>Cooperative</i>	-	1,30	-	1,30
Yayasan <i>Foundation</i>	2,60	5,19	1,30	9,09
Izin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Relevant Authorities</i>	-	1,30	2,60	3,90
Perorangan <i>Individual</i>	1,30	2,60	1,30	5,20
Lainnya <i>Others</i>	2,60	-	2,60	5,20
Jumlah <i>Total</i>	36,36	41,56	22,08	100,00

Tabel 11 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Terbitan Berkala, 2014
Table 11 *Percentage of Periodical Publishing Company by Legal Entity/Business Entity/Licensing and Type of Periodical Publishing, 2014*

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publication</i>			
	Surat Kabar <i>Newspaper</i>	Tabloid <i>Tabloid</i>	Buletin <i>Bulletin</i>	Majalah <i>Magazine</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	84,22	28,56	-	71,42
CV	5,26	42,86	100,00	14,29
Koperasi <i>Cooperative</i>	5,26	14,29	-	-
Yayasan <i>Foundation</i>	5,26	-	-	14,29
Izin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Related Authorities</i>	-	14,29	-	-
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabel 12 **Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Penanaman Modal dan Jenis Penerbitan Utama, 2014**
Table 12 **Percentage of Book Publishing Company by Capital Investment Status and Type of Main Publishing, 2014**

Status Penanaman Modal <i>Capital Investment Status</i>	Jenis Penerbitan Utama <i>Type of Main Publishing</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Buku <i>Book</i>	Penerbitan Berkala <i>Periodical Publishing</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
PMA <i>Foreign Investment</i>	-	-	-
PMDN <i>Domestic Investment</i>	19,18	19,86	39,04
Lainnya <i>Others</i>	33,56	27,40	60,96
Jumlah <i>Total</i>	52,74	47,26	100,00

Tabel 13 **Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Jaringan Perusahaan dan Jenis Penerbitan Utama, 2014**
Table 13 **Percentage of Book Publishing Company by Company Network Status and Type of Main Publishing, 2014**

Status Penanaman Modal <i>Company Network Status</i>	Jenis Penerbitan Utama <i>Type of Main Publishing</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Buku <i>Book</i>	Penerbitan Berkala <i>Periodical Publishing</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Pusat <i>Enterprise</i>	21,92	19,18	41,10
Cabang <i>Branch</i>	2,05	11,64	13,69
Tunggal <i>Single</i>	28,77	16,44	45,21
Jumlah <i>Total</i>	52,74	47,26	100,00

Tabel 14 **Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Ketergabungan dengan Grup Media dan Jenis Penerbitan Utama, 2014**
Table 14 **Percentage of Book Publishing Company by Incorporation Status with Group Media and Type of Main Publishing, 2014**

Status Ketergabungan <i>Incorporation Status</i>	Jenis Penerbitan Utama <i>Type of Main Publishing</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Buku <i>Book</i>	Penerbitan Berkala <i>Periodical Publishing</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Tergabung <i>Incorporated</i>	4,79	24,66	29,45
Tidak Tergabung <i>Not Incorporated</i>	47,95	22,60	70,55
Jumlah <i>Total</i>	52,74	47,26	100,00

Tabel 15 **Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Keikutsertaan dalam Pameran Buku, 2014**
Table 15 **Percentage of Book Publishing Company by The Type of Book Published and Book Fair Participation, 2014**

Jenis Buku yang Diterbitkan <i>Type of Book Published</i>	Keikutsertaan dalam Pameran Buku <i>Book Fair Participation</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Ya <i>Yes</i>	Tidak <i>No</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Pelajaran <i>Textbook</i>	14,28	22,08	36,36
Non Pelajaran <i>Non-lessons</i>	19,49	22,08	41,57
Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non-lessons</i>	14,28	7,79	22,07
Jumlah <i>Total</i>	48,05	51,95	100,00

Tabel 16 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Lingkup Pameran yang Pernah Diikuti, 2014
Table 16 *Percentage of Book Publishing Company by The Type of Book Published and Scope of Exhibition Ever Followed, 2014*

Jenis Buku yang Diterbitkan <i>Type of Book Published</i>	Lingkup Pameran yang Pernah Diikuti <i>Scope of Exhibition ever Followed</i>		
	Lokal <i>Local</i>	Nasional <i>National</i>	Internasional <i>International</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Pelajaran <i>Textbook</i>	25,82	33,33	33,33
Non Pelajaran <i>Non-lessons</i>	45,16	40,00	33,34
Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non-lessons</i>	29,03	26,67	33,33
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00	100,00

Tabel 17 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Ketersediaan E-book, 2014
Table 17 *Percentage of Book Publishing Company by The Type of Book Published and Availability of E-book, 2014*

Jenis Buku yang Diterbitkan <i>Type of Book Published</i>	Ketersediaan E-book <i>Availability of E-book</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Tersedia <i>Available</i>	Tidak Tersedia <i>Not Available</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Pelajaran <i>Textbook</i>	1,30	35,06	36,36
Non Pelajaran <i>Non-lessons</i>	1,30	40,26	41,56
Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non-lessons</i>	-	22,08	22,08
Jumlah <i>Total</i>	2,60	97,40	100,00

Tabel 18 **Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014**
Table 18 **Percentage of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014**

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publishing</i>	Periode Terbit <i>Published Period</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Harian <i>Daily</i>	Mingguan <i>Weekly</i>	Bulanan <i>Monthly</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	84,21	15,79	-	-	100,00
Tabloid <i>Tabloid</i>	14,29	57,12	28,59	-	100,00
Buletin <i>Bulletin</i>	100,00	-	-	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	-	14,29	57,12	14,29	100,00

Tabel 19 **Persentase Oplah Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014**
Table 19 **Percentage Copies of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014**

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publishing</i>	Periode Terbit <i>Published Period</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Harian <i>Daily</i>	Mingguan <i>Weekly</i>	Bulanan <i>Monthly</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	99,68	0,32	-	-	100,00
Tabloid <i>Tabloid</i>	0,14	98,58	1,28	-	100,00
Buletin <i>Bulletin</i>	100,00	-	-	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	-	4,12	82,42	13,46	100,00

Tabel 20 Rata-Rata Oplah (Eksemplar) Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014
Table 20 Average Copies of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publishing</i>	Periode Terbit <i>Published Period</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Harian <i>Daily</i>	Mingguan <i>Weekly</i>	Bulanan <i>Monthly</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	7.202.472	127.229	-	-	6.211.687
Tabloid <i>Tabloid</i>	1.426	250.250	6.500	-	145.061
Buletin <i>Bulletin</i>	2.286	-	-	-	2.286
Majalah <i>Magazine</i>	-	15.000	60.000	49.000	52.000

Tabel 21 Rata-Rata Harga Eceran Resmi (Rupiah) Terbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Periode Terbit, 2014
Table 21 Average Official Retail Price (Rupiah) of Periodical Publishing by The Type of Periodical Publishing and Published Period, 2014

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publishing</i>	Periode Terbit <i>Published Period</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Harian <i>Daily</i>	Mingguan <i>Weekly</i>	Bulanan <i>Monthly</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	3.200	6.000	-	-	3.600
Tabloid <i>Tabloid</i>	2.600	5.800	15.000	-	7.000
Buletin <i>Bulletin</i>	750	-	-	-	750
Majalah <i>Magazine</i>	-	5.000	20.000	39.600	21.000

Tabel 22 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Terbitan Berkala dan Ketersediaan Media Elektronik/Online, 2014
Table *Percentage of Periodical Publishing Company by The Type of Periodical Publishing and Availability of Electronic/Online Media, 2014*

Jenis Buku yang Diterbitkan <i>Type of Book Published</i>	Ketersediaan E-book <i>Availability of E-book</i>	
	Tersedia <i>Available</i>	Tidak Tersedia <i>Not Available</i>
(1)	(2)	(3)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	66,67	33,33
Tabloid <i>Tabloid</i>	7,00	93,00
Buletin <i>Bulletin</i>	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	57,14	42,86
Jumlah <i>Total</i>	61,11	38,89

Tabel 23 Persentase Bioskop menurut Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2014
Table *Percentage Responsible of Cinema by Sex Persons in Charge, 2014*

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan <i>Sex Persons in Charge Company</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Jaringan <i>Network</i>	83,56	16,44	100,00
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	80,00	20,00	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	83,33	16,67	100,00

Tabel 24 Persentase Bioskop menurut Jenis Kegiatan dan Tahun Mulai Beroperasi, 2014
Table *Percentage of Cinema by Type of Activity and Start of Operation, 2014*

Kegiatan <i>Activity</i>	Tahun Mulai Beroperasi <i>Start of Operation</i>			Jumlah/ <i>Total</i>
	<1990	1990–2000	>2000	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jaringan <i>Network</i>	1,71	47,10	51,19	100,00
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	15,79	52,63	31,58	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	2,56	47,44	50,00	100,00

Tabel 25 Persentase Bioskop menurut Jenis Kegiatan dan Status Penanaman Modal, 2014
Table 25 *Percentage of Cinema by Type of Activity and Investment Status, 2014*

Kegiatan Activity	Status Penanaman Modal Investment Status			Jumlah/ Total
	PMA Foreign	PMDN Domestic	Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jaringan Network	2,74	69,86	27,40	100,00
Non-Jaringan Non Network	-	40,00	60,00	100,00
Bioskop Cinema	2,56	67,95	29,49	100,00

Tabel 26 Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Film yang Diputar, 2014
Table 26 *Percentage of Cinema by Cinema Type and Film Screened, 2014*

Jenis Bioskop Cinema Type	Jenis Film yang Diputar Film Screened Type			Jumlah Total
	First Run	Second Run	Third Run	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jaringan Network	79,49	10,26	3,85	93,60
Non-Jaringan Non Network	3,84	1,28	1,28	6,40
Bioskop Cinema	83,33	11,54	5,13	100,00

Tabel 27 **27** **Percentage of Cinema by Cinema Type and Location of Business, 2014**
Table **27** **Percentage of Cinema by Cinema Type and Location of Business, 2014**

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Lokasi Usaha <i>Location of Business</i>			Jumlah <i>Total</i>
	Pasar <i>Market</i>	Mal/Pertokoan <i>Mall/Shopping</i>	Perkantoran <i>Office</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jaringan <i>Network</i>	1,28	88,46	3,85	93,59
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	1,28	3,85	1,28	6,41
Bioskop <i>Cinema</i>	2,56	92,31	5,13	100,00

Tabel 28 **28** **Percentage of Cinema by Cinema Type and Number of Screens/Studio, 2014**
Table **28** **Percentage of Cinema by Cinema Type and Number of Screens/Studio, 2014**

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Jumlah Layar/Studio <i>Number of Screens/Studio</i>			Jumlah <i>Total</i>
	<5	5-8	>8	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Jaringan <i>Network</i>	52,05	42,47	5,48	100,00
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	100,00	-	-	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	55,13	39,74	5,13	100,00

Tabel 29 Persentase Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop dan Metode Penjualan Tiket, 2014
Table 29 Percentage Number of Tickets Sold by Cinema Type and Ticket Sales Methods, 2014

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Metode Penjualan Tiket <i>Ticket Sales Methods</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Manual <i>Manual</i>	Elektronik <i>Electronic</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Jaringan <i>Network</i>	23,78	76,22	100,00
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	100,00	-	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	24,27	75,73	100,00

Tabel 30 Rata-rata Harga Tiket (Rupiah) Masuk menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2014
Table 30 Average Ticket Price (IDR) by Cinema Type and Day Group, 2014

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Kelompok Hari <i>Day Group</i>		
	Senin s.d. Kamis <i>Monday to Thursday</i>	Jum'at <i>Friday</i>	Sabtu/Minggu/Libur <i>Saturday/Sunday/Holiday</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Jaringan <i>Network</i>	33.000	40.000	50.000
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	23.000	27.000	33.000
Bioskop <i>Cinema</i>	32.000	39.000	49.000

Tabel 31 Banyaknya Kapasitas Tempat Duduk Seluruh Studio menurut Jenis Bioskop, 2014
Table *The number of whole Studio Seating Capacity by Cinema Type, 2014*

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Kapasitas Tempat Duduk <i>Seating Capacity</i>		
	Minimum <i>Minimum</i>	Maksimum <i>Maximum</i>	Rata-Rata <i>Average</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Jaringan <i>Network</i>	90	2.523	925
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	243	989	624
Bioskop <i>Cinema</i>	90	2.523	906

Tabel 32 Rata-rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Negara Asal, 2014
Table *Average of Films Title by Cinema Type and Country of Origin, 2014*

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Negara Asal <i>Country of Origin</i>					
	Indonesia <i>Indonesia</i>	Amerika <i>America</i>	Eropa <i>Europe</i>	Cina/Hongkong <i>China/Hong Kong</i>	India <i>India</i>	Asia Lainnya <i>Other Asian</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Jaringan <i>Network</i>	71,53	103,40	6,18	4,00	0,34	2,33
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	24,00	18,00	10,40	6,00	0,00	2,40
Bioskop <i>Cinema</i>	68,49	97,92	6,45	4,13	0,32	2,33

Tabel 33 Rata-Rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Genre, 2014
Table *Average of Films Title by Cinema Type and Genre, 2014*

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Genre Film <i>Film Genre</i>							
	Drama <i>Drama</i>	Komedi <i>Comedy</i>	Thriller	Fantasi <i>Fantasy</i>	Aksi <i>Action</i>	Religi <i>Religius</i>	Horor <i>Horror</i>	Lainnya <i>Others</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Jaringan <i>Network</i>	27,66	12,36	9,86	13,48	40,96	6,26	22,22	1,96
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	21,20	5,00	-	8,00	20,00	4,20	12,00	-
Bioskop <i>Cinema</i>	27,24	11,88	9,23	13,13	39,62	6,13	21,56	1,83

Tabel 34 **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2014**
Table 34 **Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Sex Persons in Charge, 2014**

Kegiatan Activity	Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan Sex of Persons in Charge Company		Jumlah Total
	Laki-Laki Male	Perempuan Female	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	73,68	26,32	100,00
Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	79,41	20,59	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	83,33	16,67	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming	84,62	15,38	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	79,61	20,39	100,00

Tabel 35 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Perijinan, 2014
Table 35 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Licensing, 2014*

Kegiatan Activity	Bentuk Badan Hukum Legal Entity			Jumlah/ Total
	LPP Public Broadcasting	PT/PT (Persero) Limited Liability Company	Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	100,00	-	-	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	-	87,25	12,75	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	100,00	-	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	-	100,00	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	9,80	80,00	10,20	100,00

Tabel 36 **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Tahun Mulai Beroperasi, 2014**
Table 36 **Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Start of Operation, 2014**

Kegiatan Activity	Tahun Mulai Beroperasi Start of Operation			Jumlah/ Total
	<2000	2000-2010	>2010	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	63,16	36,84	-	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	45,10	48,04	6,86	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	16,67	66,66	16,67	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	11,54	80,77	7,69	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	42,35	50,98	6,67	100,00

Tabel 37 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Status Penanaman Modal, 2014
Table 37 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Investment Status, 2014*

Kegiatan Activity	Status Penanaman Modal Investment Status			Jumlah/ Total
	PMA Foreign	PMDN Domestic	Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	–	36,84	63,16	100,00
Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	0,49	41,18	58,33	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	–	83,33	16,67	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming	–	65,38	34,62	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	0,39	44,31	55,30	100,00

Tabel 38 **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Status Jaringan Perusahaan, 2014**
Table 38 **Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Network Status, 2014**

Kegiatan Activity	Status Jaringan Perusahaan Network Status			Jumlah/ Total
	Pusat Headquarter	Cabang Branch	Tunggal Single	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	21,05	-	78,95	100,00
Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	13,73	9,80	76,47	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	16,67	-	83,33	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming	57,69	15,39	26,92	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	18,82	9,41	71,37	100,00

Tabel 39 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran Dalam Sehari, 2014
Table 39 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Duration a Day, 2014*

Kegiatan Activity	Durasi Siaran dalam Sehari Broadcast Duration a Day			Jumlah/ Total
	< 12 Jam < 12 Hours	12-23 Jam 12-23 Hours	24 Jam Non Stop	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	15,79	84,21	-	100,00
Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	8,82	76,47	14,71	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	83,33	16,67	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming	7,69	61,54	30,77	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	10,98	74,12	14,90	100,00

Tabel 40 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Program Bahasa Asing, 2014
Table *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Foreign Language Programs Availability, 2014*

Kegiatan <i>Activity</i>	Ketersediaan Program Bahasa Asing <i>Foreign Language Programs Availability</i>		Jumlah <i>Total</i>
	<i>Ya</i> <i>Yes</i>	<i>Tidak</i> <i>No</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	21,05	78,95	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	13,73	86,27	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	16,67	83,33	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	50,00	50,00	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	18,04	81,96	100,00

Tabel 41 Rata-rata Durasi Siaran dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan, 2014
Table 41 *Average of Broadcast Duration a Day in Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2014*

Kegiatan Activity (1)	Rata-rata Durasi Siaran (jam) Average of Broadcast Duration (hours) (2)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	15,32
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	17,54
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	8,33
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	18,42
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	17,25

Tabel 42 Persentase Program/Acara dalam Setahun menurut Jenis Kegiatan dan Produksi, 2014
Table *Percentage Program/Shows in a Year by Type of Activity and Production, 2014*

Kegiatan Activity	Produksi Production		Jumlah Total
	Contract- Production	In-House Production	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	96,35	3,65	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	92,08	7,92	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	82,69	17,31	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	63,66	36,34	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Broadcasting and Programming	76,02	23,98	100,00

Tabel 43 Rata-rata Persentase Waktu Penyiaran dalam Sebulan menurut Jenis Program/Acara dan Jenis Kegiatan, 2014
Table 43 Average Percentage of Time Broadcasting in a Month by Type of Program/Show and Activity, 2014

Program/Acara Program/Show	Kegiatan Activity			
	Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berita dan Informasi News and Information	24,95	15,55	35,00	27,77
Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Education and Knowledge	12,47	8,14	13,33	8,27
Seni dan Budaya Arts and Culture	10,16	7,51	8,83	7,85
Agama Religion	9,26	10,38	12,00	9,54
Olahraga Sports	2,79	2,63	4,00	4,88
Musik Musics	21,68	40,83	11,67	8,65
Sandiwara/Film/Sinetron Drama/Film/TV Series	0,58	0,68	3,50	10,93
Hiburan Lainnya Others Entertainment	8,21	5,14	5,83	11,38
Talk Show	6,16	5,35	4,17	9,31
Lainnya Others	3,74	3,79	1,67	1,42
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabel 44 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/Acara Unggulan/Favorit dalam Sebulan dan Jenis Kegiatan, 2014
Table 44 Percentage of Broadcasting and Programming Company by Favorite Program/Show in a Month and Type of Activity, 2014

Program/Acara Program/Show	Kegiatan Activity			
	Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berita dan Informasi News and Information	31,58	8,83	100,00	46,15
Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan Education and Knowledge	10,53	0,98	-	-
Seni dan Budaya Arts and Culture	21,05	3,92	-	7,69
Agama Religion	-	8,82	-	11,54
Olahraga Sports	-	0,49	-	3,85
Musik Musics	31,58	72,06	-	-
Sandiwara/Film/Sinetron Drama/Film/TV Series	-	0,98	-	15,39
Hiburan Lainnya Others Entertainment	5,26	1,96	-	7,69
Talk Show	-	1,47	-	7,69
Lainnya Others	-	0,49	-	-
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabel 45 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Layanan Siaran Melalui Internet, 2014
Table *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Services Availability, 2014*

Kegiatan <i>Activity</i>	Ketersediaan Layanan Siaran Melalui Internet <i>Live Streaming Services Availability</i>		Jumlah <i>Total</i>
	<i>Ya Yes</i>	<i>Tidak No</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	47,37	52,63	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	52,94	47,06	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	-	100,00	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	57,69	42,31	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	51,76	48,24	100,00

Tabel 46 **Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Frekuensi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2014**
Table 46 **Percentage of Radio Broadcasting Company by Broadcast Frequency and Type of Activity, 2014**

Frekuensi Frequency	Kegiatan Activity		Jumlah Total
	Penyiaran Radio Pemerintah Government Radio Broadcasting	Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	
(1)	(2)	(3)	(4)
FM	78,95	95,59	94,17
AM	-	4,41	4,04
AM & FM	21,05	-	1,79
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00

Tabel 47 **Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Sinyal Transmisi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2014**
Table 47 **Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Broadcast Signal Transmission and Type of Activity, 2014**

Sinyal Transmisi Siaran Broadcast Signal Transmission	Kegiatan Activity		Jumlah Total
	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming	
(1)	(2)	(3)	(4)
Analog	66,67	61,54	62,50
Digital	-	15,38	12,50
Analog dan Digital	33,33	23,08	25,00
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00

Tabel 48 Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2013 dan 2014
Table *Percentage of Total Telecommunication Network Company Subscribers by Service Product, 2013 and 2014*

Produk Pelayanan Service Product	2013	2014
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel <i>Fixed Wired Telephone</i>	3,21	3,22
Telepon Tetap Tanpa Kabel <i>Fixed Wireless Access (FWA)</i>	6,49	5,35
Telepon Seluler <i>Cellular Phone</i>	90,30	91,43
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 49 Persentase Lalu Lintas Layanan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2013 dan 2014
Table 49 *Percentage of Telecommunication Network Company Traffic Services by Service Product, 2013 and 2014*

Produk Pelayanan Service Product	2013	2014
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel Fixed Wired Telephone		
Lokal <i>Local Calling</i>	0,88	1,06
SLJJ <i>National Calling</i>	0,00	0,10
SLI <i>International Calling</i>	1,39	1,56
Telepon Tetap Tanpa Kabel Fixed Wireless Access (FWA)	4,34	4,06
Telepon Seluler Cellular Phone	93,39	93,22
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 50 Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan, 2013 dan 2014
Table 50 *Percentage of Telecommunication Network Company Subscriber Who Accessing the Internet by Service Product, 2013 dan 2014*

Produk Pelayanan Service Product	2013	2014
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel <i>Fixed Wired Telephone</i>	5,35	1,94
Telepon Tetap Tanpa Kabel <i>Fixed Wireless Access (FWA)</i>	0,01	0,01
Telepon Seluler <i>Cellular Phone</i>	94,14	97,65
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 51 Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan dan Jenis Pelayanan, 2014
Table 51 *Percentage of Telecommunication Network Company Subscriber Who Accessing the Internet by Type of Product and Services, 2014*

Jenis Pelayanan Service Type	Persentase Jumlah Pelanggan Percentage Total Subscriber	
	2013	2014
(1)	(2)	(3)
<i>Fixed Broadband</i>	5,35	1,94
<i>Mobile Broadband</i>	94,65	98,06
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 54 **54** **Percentage dan Rata-rata Pelanggan per Perusahaan ISP menurut Layanan Akses, 2014**
Table **Percentage and Average Subscriber per ISP Company by Access Services, 2014**

Layanan Akses Access Services	Persentase Percentage	Rata-rata Average
(1)	(2)	(3)
ADSL	27,13	334,80
<i>Dial-Up</i>	7,08	87,40
<i>Fiber Optic</i>	42,64	478,27
<i>Dedicated</i>	3,20	28,21
<i>Wireless</i>	13,63	112,13
Satelit <i>Satelite</i>	0,48	6,56
Lainnya <i>Others</i>	5,84	80,00

Tabel 55 **55** **Percentage dan Rata-rata Jumlah Pelanggan Perusahaan ISP menurut Klasifikasi Kecepatan, 2014**
Table **Percentage and Average Number of ISP Company Subscriber by Speed Classification, 2014**

Klasifikasi Classification	Persentase Percentage	Rata-rata Average
(1)	(2)	(3)
<256 kbps	60,23	366,67
≥256 kbps	39,77	167,62

Tabel 56 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Kapasitas *Bandwidth*, 2014
Table *Percentage of Internet Cafe by Business Location and Bandwidth Capacity, 2014*

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Kapasitas <i>Bandwidth</i> <i>Bandwidth Capacity</i>			Jumlah <i>Total</i>
	≤256	>256–512	>512	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	14,79	3,52	81,69	100,00
Pasar <i>Market</i>	–	12,50	87,50	100,00
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	12,73	1,82	85,45	100,00
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	18,18	–	81,82	100,00
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	18,18	9,09	72,73	100,00
Lainnya <i>Others</i>	18,18	–	81,82	100,00

Tabel 57 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Jumlah Komputer, 2014
Table *Percentage of Internet Cafe by Business Location and Number of Client Computer, 2014*

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Jumlah Komputer (unit) <i>Client Computer Numbers (units)</i>			Jumlah <i>Total</i>
	<5	5-10	>10	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	5,59	50,35	44,06	100,00
Pasar <i>Market</i>	-	25,00	75,00	100,00
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	3,64	29,09	67,27	100,00
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	-	36,36	63,64	100,00
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	6,82	38,63	54,55	100,00
Lainnya <i>Others</i>	9,09	54,55	36,36	100,00

Tabel 58 Rata-rata Pengguna per Warnet, Lama Akses per Pengguna, Tarif Internet per Jam, dan Biaya per Pengguna menurut Lokasi Usaha, 2014
Table 58 Average Users per Internet Cafe, Access Duration per User, Tariffs per hour, and The Cost per User by Business Location, 2014

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Rata-rata <i>Average</i>			
	Pengguna per Usaha (orang) User Per Business (Person)	Lama Akses per Pengguna (Jam) Duration per User (Hours)	Tarif Internet per Jam (Rp) Internet Tariff per Hour (IDR)	Biaya Per Pengguna (Rp)/ Cost per User (IDR)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	12.156	2	3.400	7.200
Pasar <i>Market</i>	12.859	3	3.500	9.600
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	11.335	2	3.500	7.200
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	14.088	3	3.200	9.500
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	15.571	2	3.100	5.900
Lainnya <i>Others</i>	11.329	2	3.600	7.100
Warnet <i>Internet Cafe</i>	12.558	2	3.400	7.200

Tabel 59 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Rata-rata Lama Akses Internet per Pengguna, 2014
Table *Percentage of Internet Cafe by Business Location and Average Length Of Internet Access per User, 2014*

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Rata-rata Lama Akses Internet (jam) <i>Average Length Of Internet Access (hours)</i>			Jumlah <i>Total</i>
	<2	2-4	>4	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	30,07	62,94	6,99	100,00
Pasar <i>Market</i>	12,50	75,00	12,50	100,00
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	21,82	76,36	1,82	100,00
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	36,36	54,55	9,09	100,00
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	40,91	56,82	2,27	100,00
Lainnya <i>Others</i>	27,27	68,18	4,55	100,00

Tabel 60 Rata-Rata Kapasitas *Bandwidth* (kbps), Komputer (unit), dan Kapasitas *Bandwidth* per Komputer (kbps) Warnet menurut Lokasi Usaha, 2014
Table 60 *Average Bandwidth Capacity (kbps), Client Computer (units), and Bandwidth Capacity per Client Computer (kbps) of Internet Cafe by Business Location, 2014*

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Rata-rata <i>Average</i>		
	Kapasitas <i>Bandwidth</i> <i>Bandwidth Capacity</i>	Komputer <i>Client Computer</i>	Kapasitas <i>Bandwidth</i> per komputer <i>Client</i> <i>Bandwidth Capacity</i> per <i>Client Computer</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	3.153,75	12,74	247,52
Pasar <i>Market</i>	4.368,00	18,75	232,96
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	10.312,71	17,78	579,96
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	8.830,00	21,27	415,09
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	5.173,95	16,84	307,23
Lainnya <i>Others</i>	2.916,36	10,91	267,33
Jumlah <i>Total</i>	5.095,66	14,72	346,24

Tabel 61 Persentase Saluran Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi, 2014
Table 61 *Percentage of Cable TV Channels by Distribution Technology Type, 2014*

Teknologi Distribusi <i>Distribution Technology</i>	Saluran <i>Channel</i>	
	Dalam Negeri <i>Local</i>	Luar Negeri <i>Foreign</i>
(1)	(2)	(3)
Kabel <i>Cable</i>	59,28	40,26
Satelit <i>Satellite</i>	40,72	59,74
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00

Tabel 62 Persentase Format Gambar Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi, 2014
Table 62 *Percentage of Cable TV Picture Format by Distribution Technology Type, 2014*

Teknologi Distribusi <i>Distribution Technology</i>	Format Gambar <i>Picture Format</i>	
	<i>Standard Definition (SD)</i>	<i>High Definition (HD)</i>
(1)	(2)	(3)
Kabel <i>Cable</i>	27,55	95,00
Satelit <i>Satellite</i>	72,45	5,00
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00

Tabel 63 **Persentase Pelanggan Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi, 2014**
Table **Percentage of Cable TV Subscriber by Distribution Technology Type, 2014**

Teknologi Distribusi <i>Distribution Technology</i>	Pelanggan <i>Subscriber</i>	
	Korporasi <i>Corporate</i>	Rumah Tangga <i>Household</i>
(1)	(2)	(3)
Kabel <i>Cable</i>	22,64	24,46
Satelit <i>Satellite</i>	77,36	75,54
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00



DATA

MENCERDASKAN BANGSA



BADAN PUSAT STATISTIK

Jl. dr. Sutomo No. 6-8 Jakarta 10710

Tlp : (021) 3841195, 3842506, 3810291-4 ext 3210, Fax : (021) 3857046

Homepage : www.bps.go.id, Email : bphq@bps.go.id