



Katalog BPS : 8305005

STATISTIK PERUSAHAAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI 2014

**STATISTICS OF INFORMATION AND COMMUNICATION COMPANY
2014**



BADAN PUSAT STATISTIK
Statistics Indonesia

STATISTIK PERUSAHAAN INFORMASI DAN KOMUNIKASI
2014

STATISTICS OF INFORMATION AND COMMUNICATION COMPANY
2014

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

Statistik Perusahaan Informasi dan Komunikasi, 2014

Statistics of Information and Communication Company, 2014

Katalog BPS/ <i>BPS Catalogue</i>	:	8305005
ISBN	:	978-979-064-763-7
Nomor Publikasi/ <i>Publication Number</i>	:	06320.1402
Ukuran Buku/ <i>Book Size</i>	:	25,7 cm X 18,2 cm
Jumlah Halaman/ <i>Total Pages</i>	:	xii + 64 halaman
Naskah/ <i>Manuscript</i>	:	Sub Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi <i>Division of Information and Communications Technology Statistics</i>
Penanggung Jawab Umum <i>General Person in Charge</i>	:	Sentot Bangun Widoyono
Penanggung Jawab Teknis <i>Technical Person in Charge</i>	:	Eni Lestariningsih
Editor <i>Editor</i>	:	Mitra Wardhini Eka Sari Tedjo Sujono
Penulis <i>Writer</i>	:	Sarip Utoyo Rima Untari Yudi Surya Lesmana
Pengolah Data/ <i>Penyiapan Draft</i> <i>Data Processor/Draft Design</i>	:	Ai Dewi Robiatul Adawiah Susi Susyanti Khairul Amri Vera Citra Wulandari
Penerjemah <i>Translator</i>	:	Amrin Barata Karmila Maharani Rezha Nursina Yuni Dian Pandu Putri Adriyani Syakilah Maulida Puspitasari
Gambar Kulit <i>Art Designer</i>	:	Yanto Setianto
Diterbitkan Oleh/ <i>Published By</i>	:	Badan Pusat Statistik (<i>Statistics Indonesia</i>), Jakarta – Indonesia

Boleh dikutip dengan menyebut sumbernya! (May cited with reference to source!)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas perkenan-Nya sehingga Publikasi Statistik Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2014 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 2014.

Data dan informasi yang dikumpulkan dalam Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2014 meliputi berbagai kegiatan usaha yang tergolong dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009 Kategori J yang terdiri atas usaha penerbitan, 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 2014 ini, diharapkan dapat meningkatkan ketersediaan data statistik teknologi informasi dan komunikasi yang akhir-akhir ini semakin dibutuhkan oleh kalangan pengguna data dari berbagai segmen. Namun demikian, kualitas dan ragam data statistik teknologi informasi dan komunikasi ini masih terus menerus perlu diperbaiki, 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 2014

KEPALA BADAN PUSAT STATISTIK
REPUBLIK INDONESIA



DR. SURYAMIN, M.Sc.

PREFACE

Praise to Allah SWT, as His approval for Statistics Publications Information and Communications Company 2014 can be completed and published in accordance with the stipulated time. This publication is an annual publication published by BPS-Statistics Indonesia, as a result of the Survey of Information and Communication Company conducted in 2014.

The data and information collected in the Survey of Information and Communications Company in 2014 covering a wide range of business activities belonging to the Indonesian Standard Industrial Classification (ISIC) 2009 Category J which consists of publishing, cinema, broadcasting and programming, telecommunications network and telecommunications service in particular internet service providers, internet cafe, and cables television.

By Conducting Survey of Information and Communication Company in 2014 it is expected to increase the availability of statistical data for information and communication technology which is currently more demand by the data users from the various segments. However, the quality and variety of statistics for information and communication technology still needs to be improved continuously, in order to be relied as trustworthy statistical data for all.

Finally my appreciation and thanks to all those who have helped and supported so that the publication can be issued on time.

Jakarta, October 2014

CHIEF STATISTICIAN OF STATISTICS INDONESIA
REPUBLIC OF INDONESIA



DR. SURYAMIN, M.Sc.

DAFTAR ISI
TABLE OF CONTENTS

		Halaman
		<i>Page</i>
KATA PENGANTAR		iii
<i>PREFACE</i>		v
DAFTAR ISI		vii
<i>TABLE OF CONTENT</i>		vii
DAFTAR GAMBAR		ix
<i>TABLE OF FIGURE</i>		ix
DAFTAR LAMPIRAN		xv
<i>LIST of APPENDIX</i>		xv
1 PENDAHULUAN		3
<i>INTRODUCTION</i>		3
2 METODE PENGUMPULAN DATA		9
<i>DATA COLLECTING METHOD</i>		9
3 RUANG LINGKUP DAN CAKUPAN		15
<i>SCOPE AND COVERAGE</i>		15
4 KONSEP DAN DEFINISI		19
<i>CONCEPT AND DEFINITION</i>		19
5 GAMBARAN UMUM		37
<i>OVERVIEW</i>		37
LAMPIRAN TABEL		79
<i>APPENDIX OF TABLES</i>		79

DAFTAR GAMBAR
TABLE OF FIGURES

		Halaman <i>Page</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:1	Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2014 <i>Percentage of Number Establishment on Information and Communication Company by Legal Entity/Corporation/Licensing, 2014 ..</i>	37
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:2	Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Jenis Kelamin, 2013 <i>The Percentage of Workers by Sex on Information and Communication Company's, 2013</i>	38
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:3	Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Tingkat Pendidikan, 2013 <i>Percentage of Information and Communication Company's Workers by Level of Education, 2013</i>	39
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:4	Persentase Judul Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2013 <i>The Percentage of Book Titles Published by Type/Category, 2013</i>	40
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:5	Persentase Oplah Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2013 <i>Percentage copies Published Books by Type / Category, 2013</i>	41
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:6	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku yang Menerbitkan dan Tidak Menerbitkan E-book, 2013..... <i>Percentage of Book Publishing Companies which Publish and not Publish E-book, 2013</i>	42
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:7	Persentase Oplah Terbitan Berkala yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2013 <i>Percentage of Copies Periodicals Issued by Type/Category, 2013</i>	43
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:8	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala yang Menyediakan Media Elektronik, 2013 <i>Percentage of Periodical Publishing Company that Provides Electronic Media, 2013</i>	43
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:9	Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Ketergabungan dan Kedudukan dalam Grup Media, 2013 <i>Percentage of Publishing Company according to incorporated and Position in Media Group Status, 2013</i>	44

<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:10	Persentase Bioskop 1 st Run menurut Jenis Bioskop, 2013	45
		<i>Percentage of 1st Run Cinemas by Type Cinemas, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:11	Persentase Bioskop 2 nd Run menurut jenis Bioskop, 2013	46
		<i>Percentage of 2nd Run Cinemas by Type Cinemas, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:12	Persentase Bioskop 3 th Run menurut jenis Bioskop, 2013	47
		<i>Percentage of 3th Run Cinemas by Type Cinemas, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:13	Persentase Bioskop yang Melayani Penjualan Tiket Secara Elektronik berdasarkan Jenis Bioskop, 2013	47
		<i>Percentage Cinema Serving the Electronic Ticket Sales by Type Cinema, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:14	Rata-Rata Harga Tiket Masuk Menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2013	48
		<i>Average Ticket Price by Type Cinema and Group Day, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:15	Persentase Jumlah Layar menurut Jenis Bioskop, 2013	49
		<i>Percentage of Number of Cinema Screens by Type, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:16	Rata-rata dan Presentase Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop, 2013	50
		<i>Average and Percentage Number of Tickets Sold by Type Theaters, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:17	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/Acara Unggulan/Favorit, 2013	52
		<i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Program/Flagship Events/Favorites, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:18	Persentase Penanggung Jawab Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kelamin, 2013	53
		<i>The Percentage of Persons in Charge of Broadcasting and Programming Company by Sex, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:19	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2013	54
		<i>The Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Company/Licensing, 2013</i>	

<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:20	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran Dalam Sehari, 2013 <i>The Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Duration per Day, 2013</i>	55
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:21	Rata-rata Durasi Siaran (Jam) dan Rata-rata Banyaknya Spot Iklan Dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan, 2013 <i>Average of Broadcast Duration (hour) and Average number of Advertising Spot per Day of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2013</i>	56
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:22	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Penyediaan Layanan Siaran Melalui Internet (Live Straming), 2013 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Facilities, 2013</i>	58
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:23	Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Jenis Kegiatan dan Gelombang Frekuensi Siaran, 2013 <i>Percentage of Radio Broadcasting Company by Type of Activity and Broadcast Frequency, 2013</i>	59
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:24	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Jenis Kegiatan dan Sinyal Tranmisi Siaran, 2013 <i>Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Transmision Signal, 2013</i>	60
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:25	Persentase Jumlah Pelanggan Telepon Berdasarkan Produk Pelayanan, 2013 <i>Percentage of Total Telephone Customer Based on Service Products, 2013</i>	61
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:26	Persentase Produksi Pulsa yang Terjual berdasarkan Produk Pelayanan, 2012-2013 <i>Percentage of Mobile Payment Sold by Service Products, 2012-2013</i>	62
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:27	Persentase Jumlah Pelanggan yang Mengakses Internet berdasarkan Produk Pelayanan, 2012-2013 <i>Percentage of Customers Accessing Internet by Service Product, 2012-2013</i>	63

<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:28	Persentase Pelanggan Telepon yang Mengakses Internet/Data Berdasarkan Produk dan Jenis Pelayanan, 2013	64
		<i>Percentage of Telephone User Accessing Internet/Data by Product and Type of Service, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:29	Rata-Rata Kapasitas Bandwidth, 2012-2013	65
		<i>Average of Bandwidth Capacity, 2012-2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:30	Rata-Rata Tarif Berlangganan Internet dalam Satu Bulan, 2013	66
		<i>Average of Internet Subscription Rate in a Month, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:31	Jumlah Base Transceiver Station (BTS) dan Rata-rata Call Success Ratio (CSR) pada Telepon Seluler, 2013	67
		<i>Total of Base Transceiver Station (BTS) and Average of Call Success Ratio (CSR) in Cellular Telephone, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:32	Persentase Pelanggan Perusahaan Jasa ISP Menurut Layanan Akses yang Digunakan, 2013	69
		<i>Percentage ISP Services Company Customer by Service Access Used, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:33	Persentase Rata-rata Kapasitas Bandwidth per Perusahaan menurut Jenis Sambungan, 2013	70
		<i>Average Bandwidth Capacity per ISP company by Connection Type, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:34	Persentase Pelanggan dan Lama Pemakaian Internet Perusahaan Internet Service Provider (ISP) menurut Klasifikasi Pelanggan, 2013	70
		<i>The percentage of Internet Customer and Duration of Internet Usage of ISP Service Company by Type of Customer and , 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:35	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha, 2013	71
		<i>Percentage Internet Cafe based on Business Location, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:36	Persentase Pekerja Tetap Perusahaan TV Berbayar berdasarkan Jenjang Pendidikan dan Jenis Kelamin, 2013	73
		<i>Percentage Of Permanent Workers And Contract Workers Of Cable-TV Company Based On Levels Of Education And Sex, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:37	Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Teknologi Distribusi yang Digunakan, 2013	73
		<i>Percentage of Cable-TV Company according Distribution Technology Used, 2013</i>	

<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:38	Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Saluran/Chanel Tahun 2013	74
		<i>Percentage of Cable-TV Company according to Channel, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:39	Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Format Gambar Tahun 2013	74
		<i>Percentage of Cable-TV Company according to Image Formats, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:40	Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Pelanggan, 2013	75
		<i>Percentage of Cable-TV Company according to Types of Customer, 2013</i>	
<u>Gambar</u> <i>Figure</i>	:41	Persentase Pelanggan TV Berbayar Menurut Jenis Paket Tahun 2013	75
		<i>Percentage of Cable-TV Company according to Types of Package, 2013</i>	

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

DAFTAR LAMPIRAN
LIST of APPENDIX

		Halaman Page	
<u>Tabel</u> Table	:1	Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2014 .. <i>Percentage of Information and Communications Company by Industrial Classification and Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing, 2014</i>	79
<u>Tabel</u> Table	:2	Persentase Pekerja Tetap Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013	80
<u>Tabel</u> Table	:3	Persentase Pekerja Tetap Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013	81
<u>Tabel</u> Table	:4	Persentase Pekerja Tetap (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013	82
<u>Tabel</u> Table	:5	Persentase Pekerja Kontrak Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013	83

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:6	Persentase Pekerja Kontrak Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013	84
		<i>Percentage of Contract Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:7	Persentase Pekerja Kontrak (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013	85
		<i>Percentage of contract workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:8	Persentase Pekerja (Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Status Pekerja, 2013 .	86
		<i>Percentage of Workers (Including Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Status of Workers, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:9	Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Penerbitan, 2013	87
		<i>Percentage of Publishing Company by Legal Entity/Bussiness Entity/Type of Licensing and Publishing, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:10	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Buku yang Diterbitkan, 2013	88
		<i>Percentage of Book Publishing Company by Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing and Type of Published Books, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:11	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Terbitan Berkala, 2013	89
		<i>Percentage of Periodical Publication Company by Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing and Type of Periodical Publication, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:12	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Keikutsertaan dalam Pameran Buku, 2013	90
		<i>Percentage of Book Publishing Company by Type Published Books and Book Fair Participation, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:13	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Lingkup Pameran yang Pernah Diikuti, 2013	90
		<i>Percentage of Book Publishing Company by Type Published Books and Scope of Exhibition Ever Followed, 2013</i>	

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:14	Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Ketersediaan <i>E-book</i> , 2013	91
		<i>Percentage of Book Publishing Company by type of Published Books and availability of E-book, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:15	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan dan Periode Terbit, 2013	92
		<i>Percentage of Periodical Publishing Companies by Publishing Type and Period, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:16	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan dan Wilayah Peredaran, 2013	93
		<i>Percentage of Periodical Publishing Company by Type of Publishing and Distribution Region, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:17	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan, Wilayah Peredaran, dan Ketersediaan Media Elektronik, 2013	94
		<i>Percentage of Periodical Publishing Company by Publishing Type, Regional Distribution, and Electronic Media Availability, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:18	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan, Wilayah Peredaran, dan Ketidaktersediaan Media Elektronik, 2013	95
		<i>Percentage of Periodical Publishing Company by Type Publishing, Regional Distribution, and Electronic Media Unavailability, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:19	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Ketersediaan dan Cakupan/Isi Media Elektronik serta Jenis Penerbitan, 2013	96
		<i>Percentage Periodical Publishing Company by Availability and Coverage/Content Electronic Media as well as Publishing Type, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:20	Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Segmentasi Pembaca dan Jenis Penerbitan, 2013	97
		<i>Percentage of Periodical Publishing Company by Readers Segmentation and Publishing Type, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:21	Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Film yang Diputar, 2013.....	98
		<i>Percentage of Cinema by Cinema Type and Film Screened, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:22	Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Lokasi Usaha, 2013	99
		<i>Percentage of Cinema by Cinema Type and Location of Business, 2013</i>	

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:23	Persentase Bioskop menurut Ketersediaan Pelayanan Penjualan Tiket secara Elektronik, 2013	100
		<i>Percentage of Cinema by Availability of Electronic Ticket Sales Service, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:24	Rata-rata Harga Tiket (Rupiah) Masuk menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2013	101
		<i>Average Ticket Price (IDR) by Cinema Type and Day Group, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:25	Persentase Jumlah Layar menurut Jenis Bioskop dan Jenis Proyektor yang Dipasangkan, 2013	102
		<i>Percentage of Screens Total by Cinema Type and Projector Paired, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:26	Rata-rata Jumlah Judul Film yang Diputar, Jumlah Layar, dan Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop, 2013	103
		<i>Average Title Films Screened, Number of Screens, and Number of Tickets Sold by Cinema Type, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:27	Rata-rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Negara Asal, 2013 ..	104
		<i>Average of Title Films by Cinema Type and Country of Origin , 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:28	Rata-rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Genre, 2013	105
		<i>Average of Title Films by Cinema Type and Genre, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:29	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2013	106
		<i>Percentage Responsible of Broadcasting and Programming Company by Sex, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:30	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2013	107
		<i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:31	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Penyelenggara Jasa Penyiaran, 2013	108
		<i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcasting Service Providers, 2013</i>	

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:32	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran Dalam Sehari, 2013 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Duration of Broadcast In A Day, 2013</i>	109
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:33	Rata-rata Durasi Siaran dan Banyaknya Spot Iklan Dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman, 2013 <i>Average of Broadcast Duration and Number of Advertisement Spot in Broadcasting and Programming Company per Day, 2013</i>	110
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:34	Rata-rata Tarif Pemasangan Iklan per Spot (Rupiah) Perusahaan Penyiaran Radio menurut Jenis Kegiatan dan Waktu Tayang, 2013 <i>Average Rate per Spot Advertisement (IDR) of Radio Broadcasting Company by Type of Activity and Showtimes, 2013</i>	111
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:35	Rata-rata Tarif Pemasangan Iklan per Spot (Rupiah) Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Jenis Kegiatan dan Waktu Tayang, 2013 <i>Average Rate per Spot Advertisement (IDR) Television Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Showtimes, 2013</i>	111
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:36	Rata-rata Persentase Waktu Penyiaran dalam Sebulan menurut Jenis Program/Acara dan Jenis Kegiatan, 2013 <i>Average Percentage of Time Broadcasting in A Month by Type of Program/Event and Activity Type, 2013</i>	112
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:37	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/Acara Unggulan/Favorit dalam Sebulan dan Jenis Kegiatan, 2013 . <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Program/Event Featured/Favorite in A Month and Type of Activity, 2013</i>	113
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:38	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Layanan Siaran Melalui Internet, 2013 <i>Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Services Availability, 2013</i>	114
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:39	Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Frekuensi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2013 <i>Percentage of Radio Broadcasting Company by Broadcast Frequency and Type of Activity, 2013</i>	115

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:40	Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Sinyal Transmisi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2013	115
		<i>Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Broadcast Signal Transmission and Type of Activity, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:41	Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2012 dan 2013	116
		<i>Percentage of Telecommunication Network Company Customers by Service Product, 2012 and 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:42	Persentase Produksi Pulsa Terjual Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2012 dan 2013	117
		<i>Percentage of Mobile Payment Sold of Telecommunication Network Company by Service Product, 2012 and 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:43	Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan, 2012 dan 2013	118
		<i>Percentage Total Customers of Telecommunication Network Company Who Accessing the Internet by Service Product, 2012 dan 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:44	Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan dan Jenis Pelayanan, 2013.	119
		<i>Percentage Customers of Telecommunication Network Company Who Accessing the Internet by Service Product and Type of Service, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:45	Persentase Perusahaan Jasa Multimedia menurut Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Kegiatan, 2013	120
		<i>Percentage of Multimedia Services Company by the Law Firm/Entity/Licensing and Type of Activity, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:46	Persentase Kapasitas Bandwidth dan Rata-rata Pemakaian per Perusahaan ISP menurut Jenis Sambungan, 2013	121
		<i>Percentage of Bandwidth Capacity and Average Usage per ISP Company by Connection Type, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:47	Persentase dan Rata-rata Pelanggan per Perusahaan ISP menurut Layanan Akses yang Digunakan, 2013	122
		<i>Percentage and Average Customer per ISP Company by Used Access Services, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:48	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2013	123
		<i>Percentage of Internet Cafes by Business Location and Legal Entity/Company/Licensing, 2013</i>	

<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:49	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Kapasitas Bandwidth, 2013	124
		<i>Percentage of Internet Cafe by Business Location and Bandwidth Capacity, 2013.....</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:50	Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Jumlah Komputer, 2013	125
		<i>Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Jumlah Komputer, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:51	Rata-rata Pengguna per Warnet, Lama Akses per Pengguna, Tarif Internet per Jam, dan Biaya per Pengguna menurut Lokasi Usaha, 2013	126
		<i>Average Users per Internet Cafe, Access Duration per User, Tariffs per hour, and The Cost per User by Business Location 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:52	Rata-Rata Kapasitas Bandwidth (kbps), Komputer (unit), dan Kapasitas Bandwidth per Komputer (kbps) Warnet menurut Lokasi Usaha, 2013	127
		<i>Rata-Rata Kapasitas Bandwidth (kbps), Komputer (unit), dan Kapasitas Bandwidth per Komputer (kbps) Warnet menurut Lokasi Usaha, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:53	Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi dan Saluran, 2013	128
		<i>Percentage of Cable TV Companies by Distribution Technology and Channel Type, 2013</i>	
<u>Tabel</u> <u>Table</u>	:54	Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi dan Format Gambar, 2013	128
		<i>Percentage of Cable TV Companies by Distribution Technology Type and Picture Format, 2013</i>	

PENDAHULUAN

INTRODUCTION

1

BAB 1

1 PENDAHULUAN

Dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009 kegiatan informasi dan komunikasi membentuk kategori J Informasi dan Komunikasi, yang bersumber dari beberapa kategori pada KBLI 2005. Kegiatan ini meliputi 4 golongan pokok, yaitu: penerbitan; produksi gambar bergerak, video dan program televisi, perekaman suara dan penerbitan musik; penyiaran pemrograman; dan telekomunikasi. Hal ini untuk menjawab perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang cukup pesat pada dekade terakhir, dan beragamnya cakupan jenis kegiatan pelayanan teknologi informasi dan komunikasi.

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) adalah 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. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya.

1 INTRODUCTION

In the International Standard Industrial Classification/Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2009, information and communication activity include in J category (Information and communication) are sourced from some category in KBLI 2005. The activities include four principal categories, namely: publishing; production of motion picture, video and television programs, sound recording and music publishing; broadcasting programming, and telecommunications. This is the answer for rapid development of information and communication technology in the last decade, and the diversity of activities scope in information and communication technology services.

Information and Communication Technology (ICT) 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 with the process, usage as assist tools, processing, and information management. Whereas communication technology is everything related with usage as assist tools to process and transfer data from one device to another

Oleh karena itu, 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. Hingga awal abad ke-21 TIK masih terus mengalami berbagai perubahan

Sejalan dengan pesatnya perkembangan TIK menjadi menarik untuk mengamati indikator-indikator TIK serta pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi. Sebab, 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 kita syukuri, karena dengan kemajuan ini semakin memudahkan manusia dalam mengerjakan pekerjaan dan tugas yang harus dilaksanakannya.

Therefore, the information and communication technology are two inseparable concepts. Information and communication technology have a broad understanding that is all activity related to the processing, tabulation, management, transfer of information between media. The ICT term emerged after the fusion of computer technology (both hardware and software) and communication technology in the mid 20th century. The combination of these two technologies is developing rapidly surpassed any other technology. Until the beginning of the 21st century, ICT still continue to experience various changes and the saturation point has

Along with the rapid development of ICT, it is interesting to observe the indicators of ICT and its impact on economic growth. Therefore, consciously or not, 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 we should be grateful, because with this progress, it is easier for humans to do the work and tasks that has to be finished.

Terlebih di negara kepulauan seperti Indonesia, kemajuan TIK dapat menghemat biaya dan juga bisa 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.

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. Keduanya juga bisa menjadi sarana penting bagi masyarakat untuk mengolah pikiran, mengolah hati, dan mengolah rasa melalui isi dan materi bacaan.

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

However, not all 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 do not feel the same pleasure when reading the printed version.

Therefore, the delivery of information through printed materials are still encountered, either through newspapers (newspaper/ tabloid/ magazines), as well as 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. Both of them also can be an important means for the public to cultivate the mind, cultivate the heart, and cultivate a sense through the content and material reading.

Selain media cetak, masyarakat juga mengenal media elektronik seperti radio dan televisi (TV). Kelebihan radio dan televisi antara lain karena kecepatan penyampaian informasi yang tidak perlu menunggu dicetak. Bahkan, sebagian informasi dapat disampaikan secara langsung (*live*).

Perkembangan TIK ini dapat digunakan oleh para pengambil kebijakan untuk menentukan strategi pembangunan yang terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi baik secara nasional maupun regional. Data yang disajikan dalam publikasi ini dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Terlebih lagi beberapa daerah di Indonesia sejak 2012 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.

Seperti halnya penyiaran, untuk jasa multimedia, khususnya warung internet (*warnet*) merupakan sarana TIK yang paling luas dimanfaatkan pada saat ini. Dari sini perkembangan TIK dapat dilihat akan tersedianya sarana dan prasarana informasi, baik informasi suara (*audio*), video maupun data, juga beberapa indikator lain seperti jumlah pelanggan.

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 that do not need to wait for printing. Even, most of the information can be delivered directly (live).

The development of ICT can be used by policy makers to determine the development strategy related to information and communication technology both nationally and regionally. The data presented in this publication is intended to meet these needs.

Moreover some region in Indonesia since 2012 has entered the era of digital TV broadcasting terrestrial free-to-air. Digital television broadcasting system is capable of transmitting picture signal and sound with reception quality sharper and clearer on the TV screen than analog broadcast.

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

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 usaha penerbitan, penyiaran, dan jasa multimedia yang dilakukan oleh BPS RI, BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota. Pencacahan dilakukan secara serentak di seluruh Indonesia pada pertengahan 2014.

Pencacahan dilaksanakan dengan 2 (dua) cara yaitu secara sensus dan secara sampel di seluruh provinsi di Indonesia. Pencacahan secara sensus dilakukan pada perusahaan penyiaran dan pemrograman untuk TV nasional (termasuk tv swasta) dan tv lokal, RRI dan RSPD, perusahaan jaringan telekomunikasi, dan perusahaan jasa multimedia khusus televisi berbayar. Pencacahan secara sampel dilakukan untuk perusahaan penerbitan, kegiatan pemutaran film (bioskop), perusahaan penyiaran dan pemrograman selain televisi swasta dan perusahaan jasa multimedia untuk ISP dan warnet. Metode penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *probability proportional to size* (PPS) berdasarkan tiga kerangka sampel, yaitu kerangka sampel perusahaan penerbitan, kerangka sampel kegiatan pemutaran film (bioskop), kerangka sampel perusahaan penyiaran dan pemrograman,

2 DATA COLLECTING METHOD

Communications and information technology company data in this publication are derived from the results of publishing, broadcasting, and multimedia services enumeration performed by BPS RI, BPS provinces and BPS Regency/ City. Enumeration conducted simultaneously throughout Indonesia in mid-2014.

Enumeration conducted by two (2) ways, census and sample in all provinces in Indonesia. The enumeration in the census conducted on broadcasters and programming company for national TV (including private tv) and local tv, RRI and RSPD, telecommunications networks company, and multimedia services company specialized cable television. Enumeration is a sample done for the publishing company, the screening activities (cinema), broadcasters and programming company beside private television and multimedia services company for ISP and Internet cafes. Sampling method is done by using probability proportional to size (PPS) based on three sample frame, they are publishing company sampling frame, sampling frame of screening activities (cinema), broadcasting and programming company sampling frame,

dan kerangka sampel 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 pemutaran film (bioskop) dibentuk dari Direktori Direktorat Pengembangan Industry Perfilman, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dan sumber lain yaitu internet. Kerangka sampel perusahaan penyiaran dan pemrograman dibentuk dari daftar usaha hasil listing SE 2006 dan diperbarui dengan 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. Sementara 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),

and multimedia services company sampling frame

The publishing company sampling frame is formed from the list of business in SE 2006 listing results, which is updated with a list of companies associations, such as the Indonesian Publishers Association/Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), the Society of Newspaper Publishers Indonesia/Serikat Penerbit Surat Kabar Indonesia (SPSI), and from other sources, namely the Internet.

Sampling frame of the screening activities (cinema) is formed from the Directory of the Film Industry Development Directorate, Ministry of Tourism and Creative Economy, and other sources that is internet. Broadcasting and programming company sampling frame is formed from the list of business in SE 2006 listing results and updated with a list of company from associations, like 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, namely the Internet. While the sample frame for multimedia services company are formed from the list of business in SE 2006 listing results, updating of ICT company 2009, and from other sources, namely the Internet.

Classification that is used in this publication is refer to the Standard Industrial Classification of Indonesia (KBLI) 2009 Category J (Information and Communication) with Principal Group 58 (Publishing),

59 (Produksi Gambar Bergerak, Video dan Program Televisi, Perekaman Suara dan Penerbitan Musik), 60 (Penyiaran dan Pemrograman), serta 61 (Telekomunikasi).

59 (Motion Image production, Video and Television Program, Voice Recording and Music Publishing), 60 (Broadcasting and Programming), and 61 (Telecommunications).

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

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 pertimbangan lokasi keberadaan perusahaan TIK, terpilih sejumlah kabupaten/kota di 33 provinsi yang sebagian besar adalah ibukota provinsi.

Dalam publikasi perusahaan Informasi dan Komunikasi 2014 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. Bioskop meliputi Kegiatan dokumentasi potongan film atau gambar bergerak.
3. Perusahaan penyiaran meliputi perusahaan penyiaran radio serta perusahaan penyiaran dan pemrograman televisi meliputi: program/acara unggulan/favorit, persentase durasi siaran per program/acara, rata-rata biaya pemasangan iklan per *spot*, dan lain-lain.

3 SCOPE AND COVERAGE

Information and Communication company enumeration 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 33 provinces that mostly provincial capital.

In the publication of the Information and Communications Company 2014 data presented include:

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. *Cinemas include documentation activities for footage or motion picture.*
3. *Broadcasting companies including radio broadcasting companies and broadcasting and programming television include: program/main event/favorite, the percentage of broadcast duration per program/event, the average advertising cost per spot, and others.*

- 4 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.
- 5 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.
- 4 *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.*
- 5 *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 usage per ISP companies, the percentage of internet cafes (warnet) by businesses location, the average length of internet access, and others. Include the percentage of cable TV companies by type of technology and the channel, and the percentage of cable TV companies by type of technology and image formats.*

KONSEP DAN DEFINISI

CONCEPT AND DEFINITION

4

BAB 4

4 KONSEP DAN DEFINISI

Untuk memudahkan dalam memahami istilah-istilah dalam publikasi perusahaan Informasi dan Komunikasi 2014 ini, berikut merupakan konsep dan definisi yang digunakan:

- a. **Perusahaan** adalah 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** adalah 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** adalah kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomi yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.
- d. **Badan Hukum** adalah 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 the publication of Information and Communications Company in 2014, 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 adalah usaha yang modalnya dipisahkan seperti : PT, Koperasi, dan Yayasan.

Badan usaha yang disebut bukan Badan Hukum adalah 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 bussiness that the it's capital is separated as: Limited Liability Company, Cooperative, and the Foundation.*

***Business entity called not Legal Entity** is bussiness 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 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** adalah 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 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** adalah 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, dll), 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 classifying 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 include book publishing in print, electronic (CD, CD Room, DVD, etc.), sound or on the internet.

- i. **Penerbitan Surat kabar, Jurnal, & Buletin/Majalah** mencakup usaha penerbitan surat kabar & surat kabar iklan, jurnal, buletin, majalah umum & teknis, komik termasuk penerbitan jadwal radio & televisi, dan sebagainya.
- j. **Buku** adalah 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** adalah 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, & Bulletin/magazine Publishing** include newspapers and newspaper advertisements, journals, bulletin, general & 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.

- I. Buletin** adalah 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** adalah istilah suatu format surat kabar yang lebih kecil (597 mm × 375 mm) dari ukuran standar koran harian. 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, dll.
- n. Majalah** adalah 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.
- I. 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 (597 mm × 375 mm) of a standard size daily newspaper. The term is usually associated with the issuance of non-daily zregular newspapers (can be weekly, biweekly, etc.), which focused on 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. Academic publication of solid articles called science journals.

Publikasi akademis yang menulis artikel padat ilmu disebut jurnal.

- o. Koran** atau **surat kabar** adalah suatu penerbitan yang ringan dan mudah dibuang, biasanya dicetak pada kertas berbiaya rendah yang disebut kertas koran, yang berisi berita-berita terkini dalam berbagai topik. Topiknya bisa berupa even 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. Selain itu, juga terdapat surat kabar mingguan yang biasanya lebih kecil dan kurang prestisius dibandingkan dengan surat kabar harian dan isinya biasanya lebih bersifat hiburan.
 - p. Surat kabar online** adalah 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** adalah majalah yang khusus memuat artikel dalam suatu bidang ilmu tertentu.
 - r. 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
- Academic publication of solid articles called science journals.*
 - 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 events, crime, sports, editorials, and weather. Common types of newspapers are usually published daily, except on holidays. Afternoon newspapers are also common in some countries. In addition, there is also a weekly newspaper that is usually smaller and less prestigious than the daily newspaper and its contents are usually more entertainment.
 - 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.
 - r. 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

baik oleh pemerintah maupun swasta. Misalnya 21, XXI, Blitzmegaplex.

- s. **Bioskop** adalah pertunjukkan yang diperlihatkan dengan gambar (film) yang disorot sehingga dapat bergerak. Bioskop juga diartikan sebagai tempat untuk menonton pertunjukkan film dengan menggunakan layar lebar, dimana gambar film diproyeksikan ke layar menggunakan proyektor.
 - t. **Bioskop kelas satu** adalah bioskop yang mendapat jatah pemutaran film terlebih dahulu yaitu sesuai dengan tanggal suatu film dirilis.
 - u. **Bioskop Kelas Dua** adalah bioskop yang mendapat jatah pemutaran film setelah tanggal suatu film dirilis.
 - v. **Bioskop Kelas Tiga** adalah bioskop yang mendapat jatah pemutaran film setelah bioskop kelas dua.
 - w. **Siaran** adalah pesan/rangkaian pesan dalam bentuk suara, gambar, atau suara dan gambar atau yang berbentuk grafis, karakter baik yang bersifat interaktif maupun tidak, yang dapat diterima melalui perangkat penerima siaran.
 - x. **Siaran Iklan** adalah siaran informasi yang bersifat komersial, non komersial dan layanan masyarakat tentang tersedianya jasa, barang dan gagasan yang dapat dimanfaatkan oleh khalayak dengan atau tanpa imbalan kepada lembaga penyiaran yang bersangkutan.
- either by the government or private individual. For example 21, XXI, Blitzmegaplex.*
 - s. *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.*
 - t. *First Run is the cinema that gets a screening in advance ie in accordance with the date a movie was released.*
 - u. *Second Run is the cinema that gets a screening of the film after the release date of a movie.*
 - v. *Third Run is the cinema that gets a screening of the film after second run.*
 - w. *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.*
 - x. *Advertisement Broadcasting is information broadcasting of commercial, non-commercial and public service about the availability of services, goods and ideas that can be utilized by the public with or without compensation to broadcasters concerned.*

- y. **Penyiaran** adalah kegiatan pemancarluasan siaran melalui sarana pemancaran dan/atau sarana transmisi darat, di laut atau di antariksa dengan menggunakan spektrum frekuensi radio melalui udara, kabel dan/atau media lainnya untuk dapat diterima secara serentak dan bersamaan oleh masyarakat dengan perangkat penerima siaran.
- z. **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), termasuk penyiaran data yang terintegasi dengan penyiaran radio.
- aa. **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. Program televisi lengkap dapat disiarkan sendiri atau melalui distribusi pihak ke tiga, seperti perusahaan kabel atau provider televisi satelit.
- y. **Broadcasting** is activity of 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 and concurrently by the community with the broadcast receiver.
- z. **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.
- aa. **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 both, the programming of the video channel on the basis of demand, and data broadcasting integrated with television broadcasting. Complete television program can broadcast their own or through a third party distribution, such as cable companies or satellite television providers.

Pemrograman dapat bersifat umum atau khusus (misalnya format terbatas seperti program berita, olah raga, pendidikan atau program yang ditujukan untuk anak muda), dapat dibuat dengan bebas tersedia untuk pemakai atau dapat hanya tersedia atas dasar langganan.

bb. Lembaga Penyiaran adalah 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.

cc. Lembaga Penyiaran Publik (LPP) adalah 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).

Programming can be general or specific (eg limited formats such as news programs, sports, education or programs aimed at young people), can be made freely available to users or can only available on a subscription basis.

bb. 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.

cc. 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).

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.

dd. Lembaga Penyiaran Swasta adalah 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:

- a. siaran iklan; dan/atau
- b. usaha lain yang sah yang terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

ee. Jasa telekomunikasi adalah 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

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.*

dd. Private broadcasting institutions are commercial broadcasters institutions in the form of Indonesian legal entity, which organizes its business only radio or television broadcasting services.

Private broadcasting institutions funding sources comes from:

- a. *broadcast advertisements; and /or*
- b. *other legitimate business related to broadcasting.*

ee. 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, komunikasi data, konferensi video, jasa video hiburan, dan warnet).

ff. Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi, adalah kegiatan penyediaan dan atau pelayanan jasa telekomunikasi yang memungkinkan terselenggaranya telekomunikasi.

gg. Multimedia adalah 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.

hh. Jasa Multimedia adalah 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.

(Voice over Internet Protocol/VoIP, internet/intranet, data communications, video conferencing, video entertainment services, and internet cafe).

ff. Telecommunications Services Operator is the provision of telecommunications services and or services which enables the operation of telecommunications.

gg. 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 .

hh. 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**, merupakan sistem komputer umum yang berhubungan secara global dan menggunakan perangkat protokol pertukaran paket.
- jj. **Warung Internet (Warnet)**, adalah usaha penyelenggaraan jasa jual kembali jasa internet.
- kk. **Internet Service Provider (ISP)**, mencakup usaha jasa pelayanan yang ditawarkan suatu perusahaan kepada pelanggannya untuk mengakses internet dengan menyediakan antar muka ke jaringan internet.
- ll. **Dial-up** adalah akses internet dengan menggunakan jalur telepon tetap atau telepon bergerak.
- mm. **Digital Subscriber Line (DSL)** adalah satu set teknologi yang menyediakan penghantar data digital melewati kabel yang digunakan dalam jarak dekat dari jaringan telepon setempat.
- nn. **Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL)** adalah salah satu bentuk dari teknologi DSL. Bersifat asimetrik, yaitu bahwa data ditransferkan dalam kecepatan yang berbeda dari satu sisi ke sisi yang lain.
- oo. **Internet Broadband Cable** merupakan salah satu layanan internet yang menggunakan media kabel koaksial sebagai media aksesnya.
- ii. **Internet** is a common computer system connected globally and use the packet exchange protocol.
- jj. **Internet cafe** is a business of internet services resale.
- kk. **Internet Service Provider (ISP)**, include the business services offered by a company to its customers to access the internet by providing the interface to the Internet.
- ll. **Dial-up** is internet access by using a fixed telephone line or mobile phone.
- mm. **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.
- nn. **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.
- oo. **Cable Broadband Internet** is one of the internet service that uses coaxial cable media as media access.

- pp. *Dedicated*** adalah 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.
- pp. *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.
- qq. *Wireless*** adalah koneksi internet yang dilakukan secara nirkabel.
- qq. *Wireless*** is internet connection that is done wirelessly.
- rr. *Mobile*** adalah layanan akses internet yang dilakukan melalui jaringan telepon seluler baik GSM maupun CDMA.
- rr. *Mobile*** is an internet access service that is done through mobile phone networks, both GSM and CDMA.
- ss. *Bandwidth*** adalah 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.
- ss. *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 used for analog circuits and seconds units for digital.
- tt. *Pekerja Tetap*** adalah pekerja yang bekerja pada perusahaan dengan mendapat upah/gaji secara tetap, tidak tergantung pada absensi/kehadiran pekerja tersebut, dan apabila diberhentikan biasanya mendapat pesangon.
- tt. *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.

uu. **Pekerja Kontrak** adalah pekerja yang bekerja dengan perjanjian tertentu dan tidak mendapatkan kesempatan untuk mengikuti jenjang karir yang berlaku di perusahaan.

uu. **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.

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

GAMBARAN UMUM

OVERVIEW

5

BAB 5

5 GAMBARAN UMUM

5 OVERVIEW

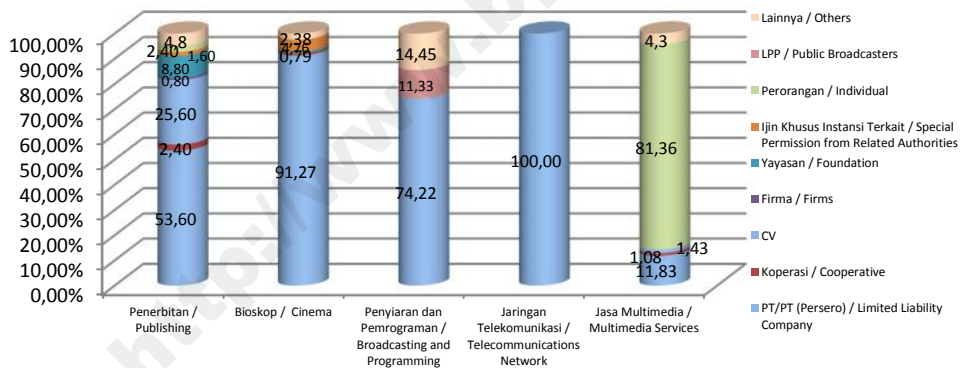
A. Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan

Badan Hukum, Badan Usaha, maupun Perijinan sebagai organisasi bisnis perusahaan memiliki beberapa bentuk yang biasanya didasarkan pada tanggung jawab pemilik terhadap perusahaan dan perijinannya.

A. Legal Entity/Business Entity/Licensing

Legal Entity, Business Entity, and Licensing as a business organization has some forms 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/Perijinan, 2014
Figure 1 *Percentage of Information and Communication Company by Legal Entity/Company/Licensing, 2014*



Berdasarkan hasil Survei Perusahaan Informasi dan Komunikasi 2014, sebagaimana terlihat pada Gambar 1, bentuk badan hukum perusahaan penerbitan, bioskop, penyiaran dan pemrograman, serta jaringan telekomunikasi didominasi oleh PT/PT (Persero). Sedangkan untuk perusahaan jasa multimedia, sebagian besar perusahaan perorangan dengan persentase sebesar 81,36 persen.

Based on the results of Survey of Information and Communication Company 2014, as shown in Figure 1, the legal status of companies publishing, cinema, broadcasting and programming, as well as telecommunications networks is dominated by Limited Liability Company. As for the multimedia services company, most of the company are individual with a percentage of 81.36 percent.

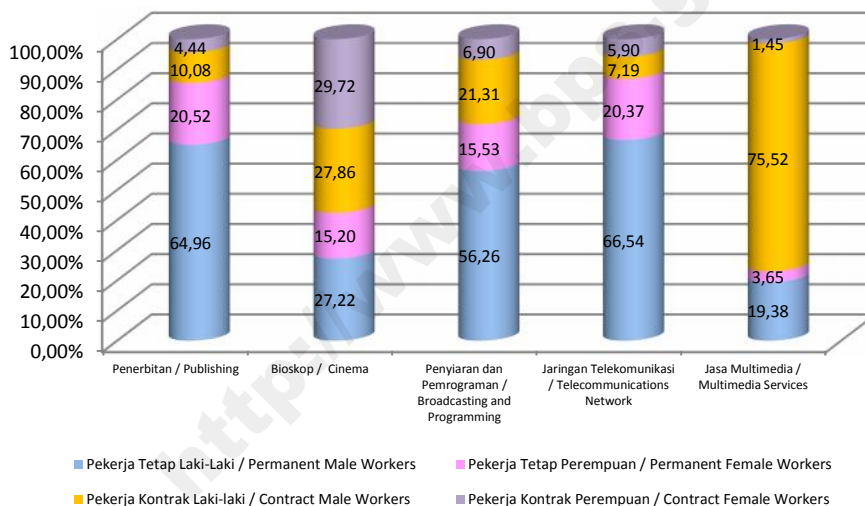
B. Tenaga Kerja

Secara umum Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat pada Perusahaan Informasi dan Komunikasi untuk perusahaan penerbitan, penyiaran dan pemrograman, serta jaringan telekomunikasi 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, as well as telecommunications networks 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, 2013
Figure 2 The Percentage of Information and Communication Company's Workers by Sex, 2013

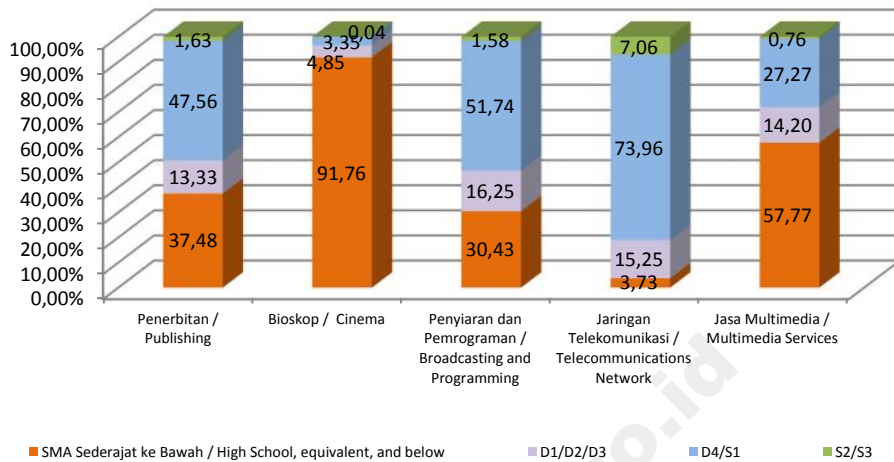


Sementara pada perusahaan jasa multimedia, sebagian besar pekerjanya adalah pekerja kontrak laki-laki yaitu 75,52 persen. Sedangkan pada perusahaan bioskop, pekerja kontrak perempuan mempunyai persentase tertinggi yaitu 29,72 persen.

While at the multimedia services companies, most of the workers are contract male workers that is 75.52 percent. Whereas the cinemas company, contract female workers got the highest percentage, that is 29.72 percent.

Persentase Pekerja Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Tingkat Pendidikan, 2013
Gambar 3 Pendidikan, 2013

Percentage of Information and Communication Company's Workers by Level of Education, 2013
Figure 3 of Education, 2013



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 di perusahaan bioskop berpendidikan SMA sederajat ke bawah, yaitu 91,76 persen, diikuti oleh perusahaan jasa multimedia sebesar 57,77 persen. Sedangkan pada perusahaan jaringan telekomunikasi, pendidikan para pekerja didominasi oleh pekerja lulusan D4/S1, yaitu sebesar 73,96 persen.

Education is very 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 level of education, most of workers in theater company are equivalent to senior high school or less, that is 91.76 persen, followed by multimedia services company 57.77 persen. While the education of the worker of Telecommunications network companies predominantly by graduate workers D4/S1 , amounting to 73.96 percent.

C. Indikator Produksi

1. Penerbitan

1.1. Penerbitan Buku

Perusahaan penerbitan buku dibedakan menjadi tiga kategori berdasarkan jenis buku yang diterbitkan, yaitu: perusahaan penerbitan buku pelajaran, perusahaan penerbitan buku non pelajaran, dan perusahaan penerbitan buku pelajaran dan non pelajaran. Dari ketiga kategori perusahaan penerbitan buku tersebut, jumlah judul buku yang terbanyak pada kategori buku Sekolah Dasar/Sederajat sebesar 44,13 persen. Sebaliknya, jumlah judul buku yang paling sedikit adalah kategori buku Taman Kanak-Kanak yaitu hanya sebesar 1,98 persen.

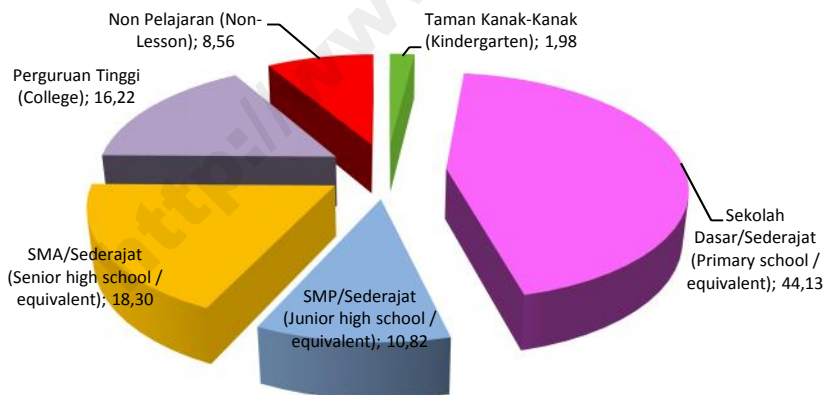
C. Production Indicator

1. Publishing

1.1 Book Publishing

Book publishing company is divided into 3 categories by type of books published: the textbook publishing company, non-lesson book publishing company, and textbook and non-lesson book publishing company. From the three categories of the book publishing company, the largest number of book titles is primary school/equivalent category, 44.13 percent. And the least number of book titles is kindergarten category, 1.98 percent.

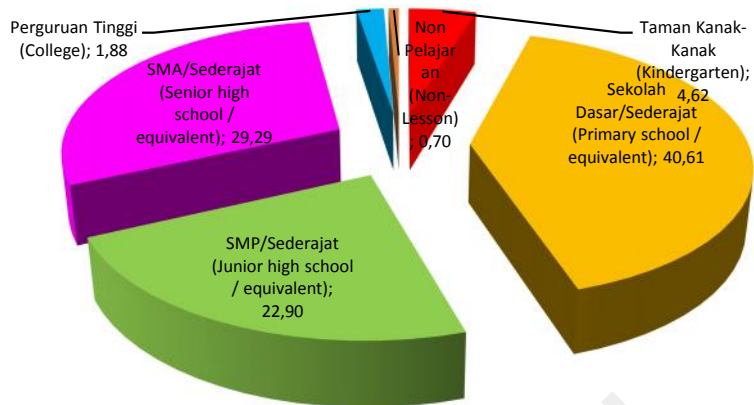
Gambar 4 Persentase Judul Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2013
Figure 4 The Percentage of Book Titles Published by Type/Category, 2013



Adapun jumlah oplah dari tiap-tiap kategori buku yang diterbitkan dapat dilihat pada Gambar 5. Buku Sekolah Dasar/Sederajat memiliki oplah terbesar yaitu sebesar 40,61 persen sedangkan buku Non Pelajaran memiliki oplah paling kecil dibandingkan kategori yang lain, yaitu sebesar 0,70 persen.

The number of books copies from each book category published can be seen in Figure 5. Primary school/equivalent books have the largest copies in the amount of 40.61 percent while non-lesson books has the smallest copies compared to other categories, that is 0.70 percent.

Gambar 5 Persentase Oplah Buku yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2013
Figure 5 Percentage circulation Published Books by Type/Category, 2013



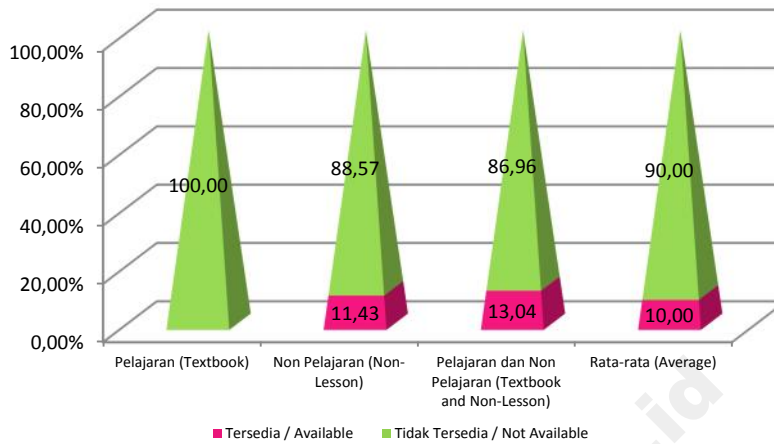
Selain menerbitkan buku dalam format cetakan, beberapa perusahaan penerbitan buku menerbitkan buku dalam format buku elektronik (*e-book*). Gambar 6 menunjukkan bahwa secara umum 90,00 persen perusahaan penerbitan buku tidak menerbitkan dalam format *e-book* dan hanya 10,00 persen perusahaan penerbitan buku yang menerbitkan *e-book*.

Hal yang sama juga terjadi pada masing-masing kategori perusahaan penerbitan. Perusahaan penerbitan buku pelajaran dan non pelajaran menjadi perusahaan yang paling banyak menerbitkan *e-book*, yaitu sebesar 13,04 persen dibandingkan dengan perusahaan penerbitan buku pelajaran dan perusahaan penerbitan buku non pelajaran.

In addition to publishing books in print format, some book publishing company publish a book in the format of electronic books (e-books). Figure 6 shows that 90.00 percent of the company generally does not publish the book publishing in e-book format and only 10.00 percent of the book publishing company that publishes e-book.

The same thing happens in each category of the publishing company. Textbook and non-lesson book publishing company became the most widely published e-books, that is 13.04 percent, compared to textbooks publishing company and non-lesson book publishing company.

Gambar 6 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku yang Menerbitkan dan Tidak Menerbitkan E-book, 2013
Figure 6 Percentage of Book Publishing Companies which Publish and not Publish E-book, 2013



1.2. Penerbitan Surat Kabar, Tabloid, Jurnal, 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 bentuk media elektronik. Terdapat beberapa kategori media cetak yang diterbitkan secara berkala serta dapat dibedakan melalui periode terbit, segmentasi pembaca, format cetakan, dan lain-lain.

Dalam publikasi ini perusahaan penerbitan berkala dibedakan atas 5 kategori yaitu: perusahaan penerbitan surat kabar, perusahaan penerbitan tabloid, perusahaan penerbitan jurnal, perusahaan penerbitan buletin, dan perusahaan penerbitan majalah.

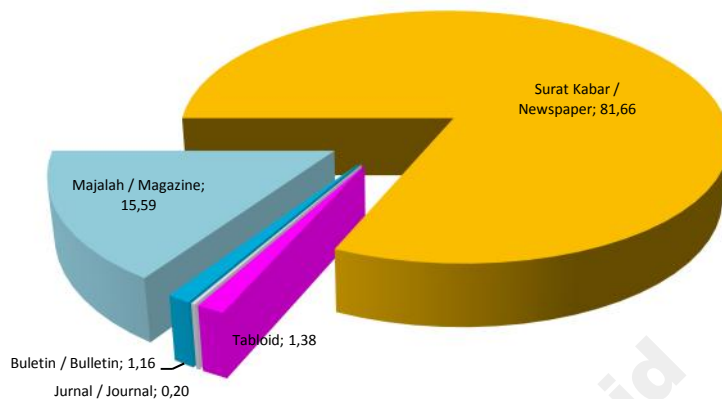
1.2. Newspapers, Tabloid, Journal, Bulletin, Magazine Publishing (Periodical Publishing)

Through the print media, periodical publishing companies do not only provide information to the reader but also build readers opinion. Therefore print formats also be varies, not only in print format, but some are in the form of electronic media. There are many category of print media published periodically and can be distinguished by the period of issue, segmentation reader, format prints, and others.

In this publication periodical publishing companies is divided into five categories: newspaper publishing companies, tabloid publishing companies, journal publishing companies, bulletin publishing companies, and magazine publishing companies.

Gambar 7 Persentase Oplah Terbitan Berkala yang Diterbitkan menurut Jenis/Kategori, 2013

Figure 7 Percentage of Copies Periodicals Issued by Type/Category, 2013

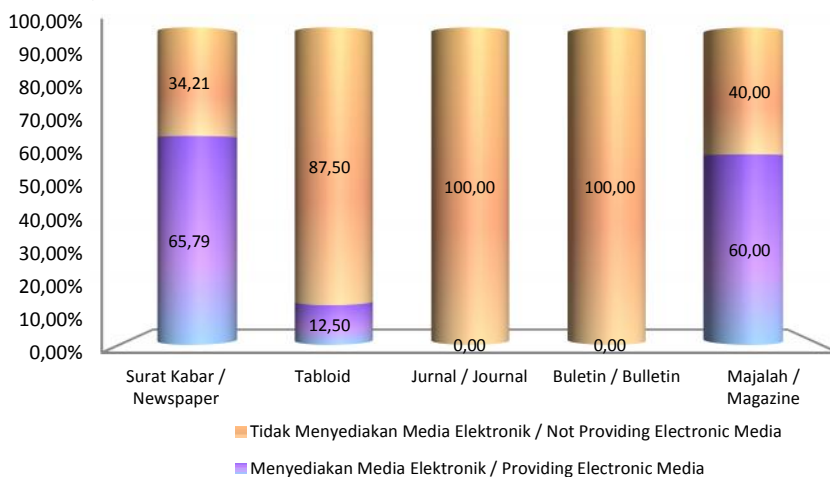


Gambar 7 menunjukkan persentase oplah dari masing-masing jenis/kategori terbitan berkala. Surat kabar memiliki oplah terbesar yaitu sebesar 81,66 persen, sedangkan penerbitan jurnal memiliki oplah paling kecil dibandingkan kategori yang lain, yaitu sebesar 0,20 persen.

Figure 7 shows the percentage of copies from each category of periodical issued. Newspaper has the largest copies in the amount of 81.66 percent. While most journal publishing has the smallest copies than the other categories, amounting to 0.20 percent.

Gambar 8 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala yang Menyediakan Media Elektronik, 2013

Figure 8 Percentage of Periodical Publishing Company that Provides Electronic Media, 2013

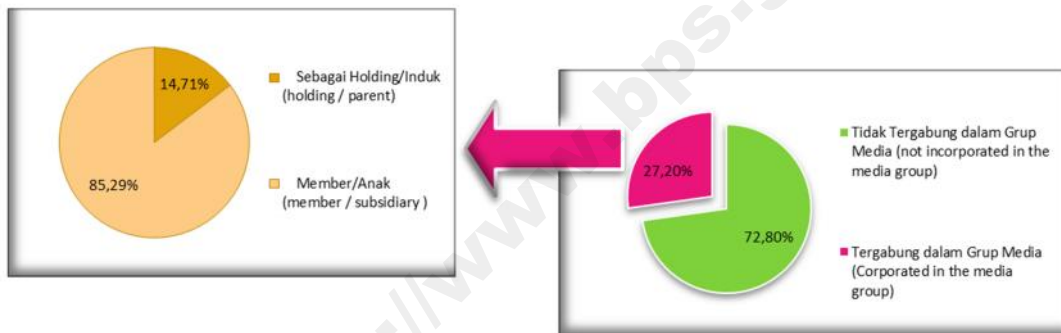


Sementara itu, persentase perusahaan penerbitan berkala menurut ketersediaan media elektronik dari masing-masing kategori dapat dilihat pada Gambar 8. Ternyata ketersediaan media elektronik paling banyak dimiliki oleh perusahaan penerbitan surat kabar, yaitu sebesar 65,79 persen, sedangkan perusahaan penerbitan jurnal dan buletin tidak menyediakan media elektronik.

Meanwhile, the percentage of periodical publishing companies according to the availability of electronic media from each category can be seen in Figure 8. It turns out that the availability of electronic media most widely owned by a newspaper publishing company, amounting to 65.79 percent, while the journal and bulletin publishing company did not provide the electronic media.

Gambar 9 Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Status Ketergabungan dan Kedudukan dalam Grup Media, 2013

Figure 9 Percentage of Publishing Company according to incorporated and Position in Media Group Status, 2013



Gambar 9 menunjukkan perusahaan penerbitan menurut status ketergabungan dan kedudukan dalam grup media. Perusahaan penerbitan yang tidak tergabung dalam grup media memiliki persentase terbesar, yakni 72,80 persen. Adapun dari 27,20 persen perusahaan penerbitan yang tergabung dalam grup media, 85,29 persen dari status tersebut merupakan anak perusahaan, sedangkan 14,71 persen sebagai induk.

Figure 9 shows the publishing company according to incorporated and position status within the media group. Publishing company which isn't incorporated on the media group has the largest percentage, namely 72.80 percent. As for the 27.20 percent of the publishing company that is incorporated in the media group, 85.29 percent of the status is the member / subsidiary companies, while 14.71 percent as a holding.

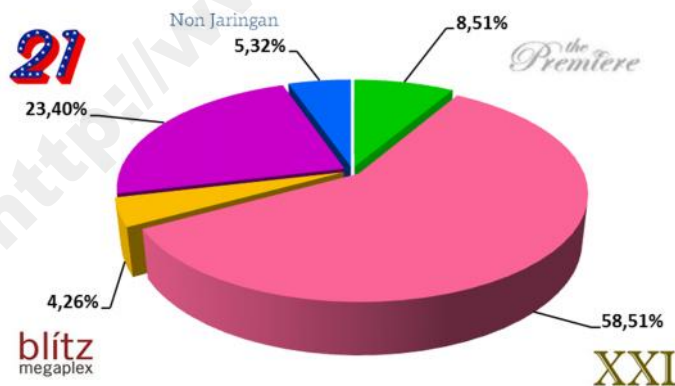
2. Bioskop

Informasi ini untuk melihat sejauh mana distribusi film di Indonesia. Gambar 10 menunjukkan bahwa jaringan XXI memiliki jatah terbesar untuk memutar film-film terbaru sesuai dengan tanggal rilis yaitu sebesar 58,51 persen dari total bioskop 1st run yang diputar. Kemudian jaringan 21 menempati posisi kedua dengan 23,40 persen dari total. The Premiere dan Blitzmegaplex memiliki persentase yang jauh lebih sedikit untuk memutar film-film terbaru (1st run) karena mempunyai jumlah yang jauh lebih sedikit dan eksklusif dibanding jaringan XXI dan 21.

2 Cinema

This information is to see how the movie distribution in Indonesia. Figure 10 shows that the XXI network has the highest share to play the newest movies according by the release date that is equal to 58.51 percent out of the 1st-run-cinemas total that played. Then the 21 network took second place with 23.40 percent of the total. The Premiere and Blitzmegaplex have much less percentage to play the latest movies (1st-run) because they have less quantities and more exclusive in movie network than the XXI and 21.

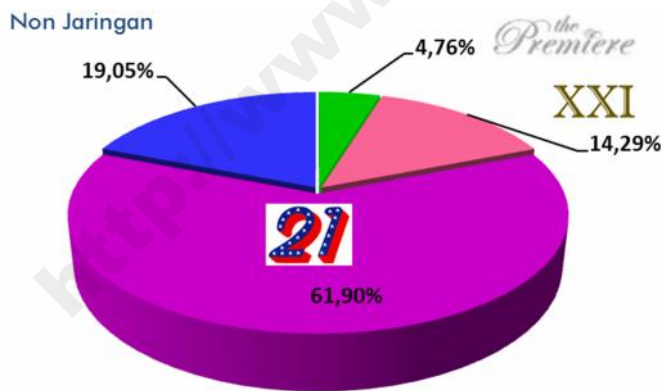
Gambar 10 Persentase Bioskop 1st Run menurut jenis Bioskop, 2013
Figure 10 Percentage of 1st Run Cinemas by Cinemas Type, 2013



Mayoritas film-film yang diputar lewat dari tanggal rilis diputar di jaringan bioskop 21 dengan persentase 61,90 persen dari total bioskop. Gambar 11 menunjukkan bahwa jaringan bioskop Blitzmegaplex bahkan tidak menayangkan film berjenis 2nd run ini. Pengamatan dari lapangan sendiri memang menunjukkan bahwa jaringan bioskop Blitzmegaplex selalu menayangkan film-film ter-update dalam tempo tayang yang relatif singkat kemudian menyusul dengan rilisan film-film terbaru. Bioskop-bioskop non jaringan menempati posisi kedua untuk penayangan film 2nd run tersebut.

The majority of the films are screened through from the release date screened in 21 cinemas network with a percentage of 61.90 percent of total cinema. Figure 11 shows that the network is not even a movie theater showing film Blitzmegaplex 2nd run. Observations from the field itself indicate that the Blitzmegaplex cinema network always show updated films within a relatively short running then followed by the release of the latest movies. Following the non-network cinemas took the second place for the screening of the 2nd run.

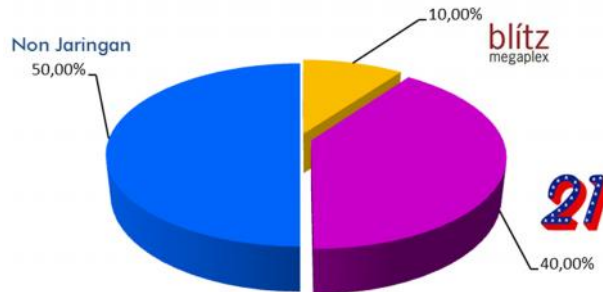
Gambar 11 Persentase Bioskop 2nd Run menurut jenis Bioskop, 2013
Figure 11 Percentage of 2nd Run Cinemas by Cinemas Type, 2013



Gambar 12 menunjukkan bahwa dari keseluruhan bioskop yang memutar film 3rd run, bioskop non-jaringan memiliki persentase terbesar yaitu 50,00 persen. Sedangkan jaringan bioskop 21 menempati posisi kedua yaitu sebesar 40,00 persen.

Figure 12 shows that from the entire of cinema that play the 3rd run movie, non-network cinema has the largest percentage that is 50.00 percent. While 21 cinema network took second place that is equal to 40.00 percent.

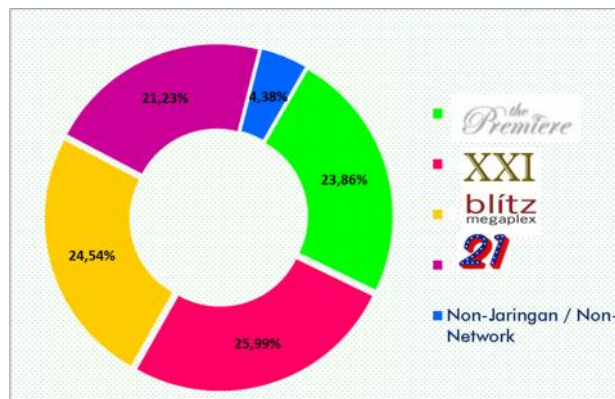
Gambar 12 Persentase Bioskop 3rd Run menurut jenis Bioskop, 2013
Figure 12 Percentage of 3rd Run Cinemas by Cinema Type, 2013



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.

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.

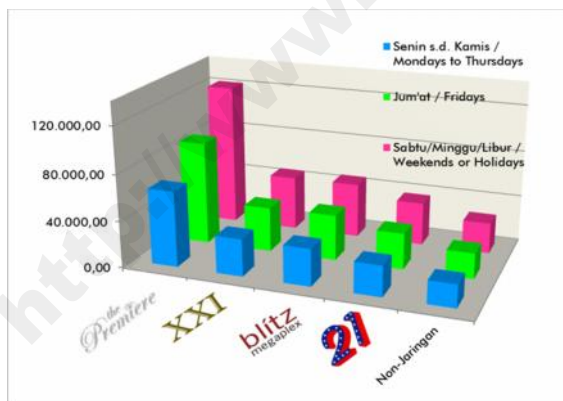
Gambar 13 Persentase Bioskop yang Melayani Penjualan Tiket Secara Elektronik berdasarkan Jenis Bioskop, 2013
Figure 13 Percentage Cinema Serving the Electronic Ticket Sales by Type Cinema, 2013



Gambar 13 menunjukkan komposisi yang hampir sama untuk masing-masing jaringan bioskop dalam memberikan layanan *electronic ticketing* atau Mtix. Jaringan bioskop XXI memiliki persentase terbesar yaitu 25,99 persen kemudian menyusul jaringan bioskop Blitzmegaplex, The Premiere dan 21 yang tidak jauh berbeda yaitu dengan persentase 24,54 persen, 23,86 persen dan 21,23 persen. Jaringan bioskop XXI sendiri memiliki persentase terbesar karena memiliki jumlah yang terbesar. Dan hanya 4,38 persen bioskop non-jaringan yang sudah memberi pelayanan penjualan tiket elektronik.

Figure 13 shows the composition is almost the same for each of cinema network in providing electronic ticketing or Mtix. XXI cinema network has the highest percentage with 25.99 percent then followed by Blitzmegaplex, The Premiere and 21 cinema network that are not much different within 24.54 percent, 23.86 percent dan 21.23 percent. XXI cinema network itself has the largest percentage because it has the biggest amount of cinemas. And only 4.38 percent of non-network cinema that has provided electronic ticketing services.

Gambar 14 Rata-Rata Harga Tiket Masuk Menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2013
Figure 14 Average Ticket Price by Type Cinema and Group Day, 2013



Informasi pada Gambar 14 untuk mengetahui apakah bioskop menerapkan sistem harga yang berbeda antara hari biasa dan hari libur/akhir pekan (*weekend*). Hari Jum'at memiliki kemungkinan untuk dianggap *weekend* oleh pihak bioskop.

Information in Figure 14 is to determine whether the cinema implement different pricing systems between weekdays and holidays/weekends. Fridays have possibility being considered by the cinema as weekend.

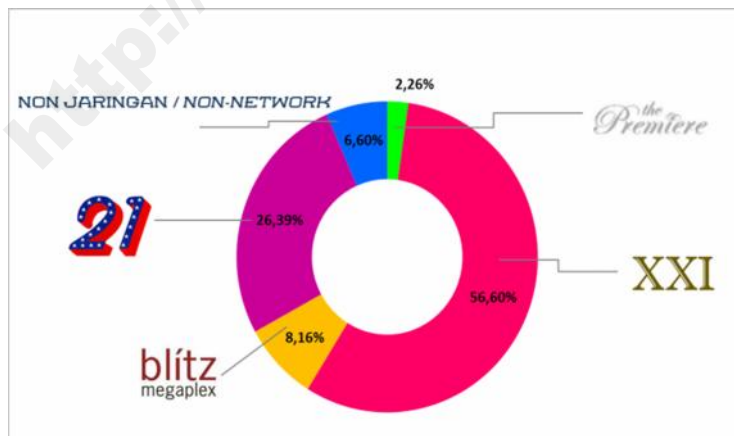
Pada Gambar 14 terlihat bahwa harga tiket tertinggi selalu berada di jaringan The Premiere. Hal tersebut dikarenakan *The Premiere* memang ditargetkan untuk pecinta film yang menginginkan fasilitas yang lebih mewah.

Harga tiket masuk *The Premiere* sendiri berada di rentang Rp 65.000,00 – Rp 122.222,22. Sedangkan jaringan XXI dan Blitzmegaplex memiliki rentang harga tiket yang sama yaitu antara Rp 32.000,00 – Rp 47.000,00. 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.

In Figure 14 it can be seen that the highest ticket price always be in the Premiere network. That is because The Premiere itself is targeted to movie lovers who want a more luxurious facilities.

The Premiere admission price alone are in the range of 65,000.00 IDR - 122,222.22 IDR. Whereas XXI and Blitzmegaplex network has the same ticket price ranges of between 32,000.00 IDR - 47,000.00 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 15 Persentase Jumlah Layar menurut Jenis Bioskop, 2013
Figure 15 Percentage of Number of Cinema Screens by Type, 2013



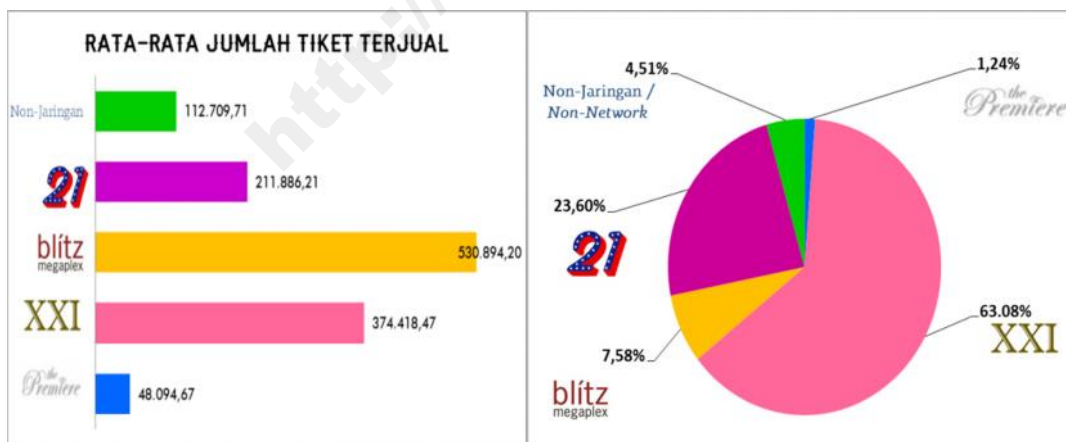
Gambar 15 menunjukkan persentase jumlah layar terbesar dimiliki oleh jaringan bioskop XXI dengan persentase sebesar 56,60 persen. Kemudian menyusul jaringan bioskop 21 dengan persentase sebesar 26,39 persen. The Premiere sendiri hanya memiliki 2,26 persen dari seluruh total layar jaringan bioskop karena jumlah jaringan The Premiere sendiri hanya memiliki jumlah yang sedikit.

Jika dilihat secara rata-rata jumlah tiket terjual per bioskop, jaringan bioskop Blitzmegaplex memiliki rata-rata penjualan tiket terbanyak yakni 530.894,20 tiket per bioskop sepanjang 2013. Kemudian disusul oleh jaringan bioskop XXI dengan jumlah penjualan rata-rata 374.418,47 tiket pada 2013.

Figure 15 shows the percentage held by the largest number of screens XXI cinema network that has more than half the amount of 56.60 percent. Then followed 26.39 percent of the total screen cinema chain owned by 21st The Premiere itself only has 2.26 percent of the total screen cinema network because the network number The Premiere itself only has a small amount.

When we viewed the average number of tickets sold per cinema, Blitzmegaplex networks have the highest average ticket sales per theater which is 530,894.20 ticket along 2013 then followed by XXI cinema network with average number of 374,418.47 sales of tickets in 2013.

Gambar 16 Rata-rata dan Presentase Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop, 2013
Figure 16 Average and Percentage Number of Tickets Sold by Type Theaters, 2013



Namun jika dilihat persentase penjualan tiket secara keseluruhan dari semua jaringan bioskop yang ada, jaringan bioskop XXI memberikan kontribusi terbesar dengan kapasitas penjualan tiket sebesar 63,08 persen dari total penjualan tiket seluruh bioskop pada tahun 2013. Kemudian disusul oleh jaringan bioskop 21 dengan 23,60 persen dari keseluruhan.

The Premiere sendiri hanya memberi kontribusi penjualan sebesar 1,24 persen mengingat jaringan bioskop The Premiere tidak memiliki banyak cabang sebanyak kompetitor lainnya.

But if we seen percentage of overall ticket sales of all existing cinema network, XXI cinema network provide the biggest contribution to the capacity of ticket sales accounted for 63.08 percent of total ticket sales of all cinemas in 2013 then followed by 21 cinema network with 23.60 percent of the total.

The Premiere itself contributes only 1.24 percent of sales considering that The Premiere does not have many branches as much as the other competitors.

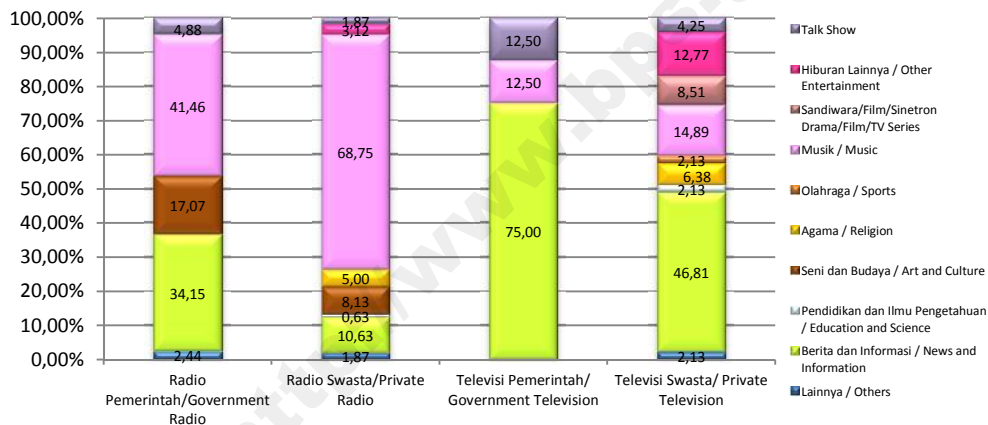
3. Penyiaran dan Pemrograman

Gambar 17 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.

3 Broadcasting and Programming

Figure 17 shows the percentage of broadcasters and programming by program /flagship event/favorites. programs/events 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 17 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/ Acara Unggulan/Favorit, 2013
Figure 17 Percentage of Broadcasting and Programming Company by Program/ Flagship Events/Favorites, 2013



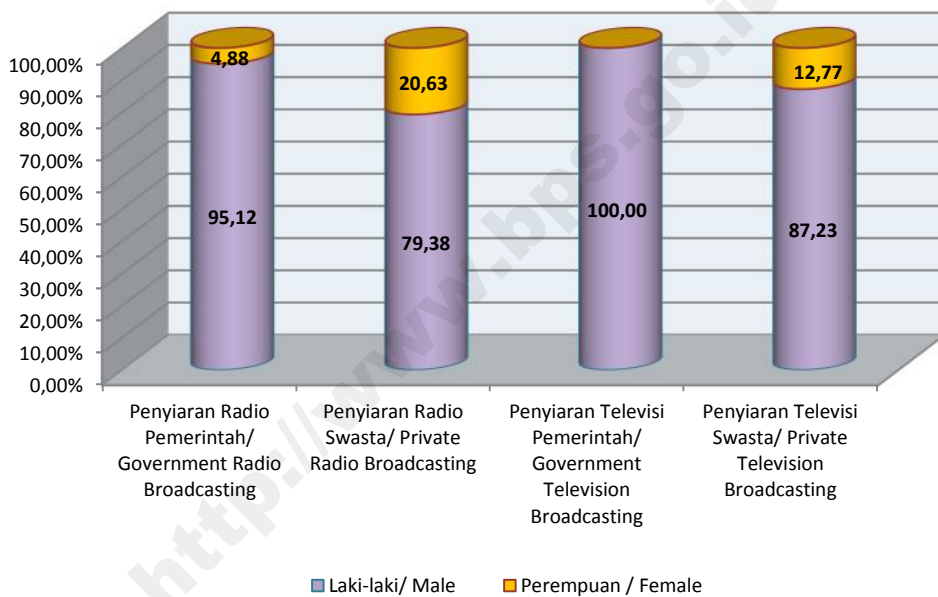
Secara umum, program unggulan/favorit pada perusahaan penyiaran radio didominasi oleh program musik, yaitu 41,46 persen pada radio pemerintah dan 68,75 persen pada radio swasta. Program unggulan kedua adalah berita dan informasi, ini terjadi tidak hanya di radio pemerintah tapi juga di radio swasta, dengan persentase masing-masing 34,15 persen dan 10,63 persen.

In general, the favourite program on radio broadcasting companies dominated by the music program, which is 41.46 percent of the government radio and 68.75 percent in private radio. The second favourite program is news and information, this happens not only in government but also private radio, with a percentage of 34.15 per cent respectively, and 10.63 percent.

Berbeda halnya dengan penyiaran radio, program unggulan pada penyiaran dan pemrograman televisi baik televisi pemerintah maupun swasta didominasi oleh program berita dan informasi dengan persentase masing-masing 75,00 persen dan 46,81 persen.

Unlike the radio broadcasting, favourite program on broadcast television programming and television both government and private is dominated by news and information programs with their respective percentage of 75.00 percent and 46.81 percent.

Gambar 18 Persentase Penanggung Jawab Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kelamin, 2013
Figure 18 *The Percentage of Persons in Charge of Broadcasting and Programming Company by Sex, 2013*



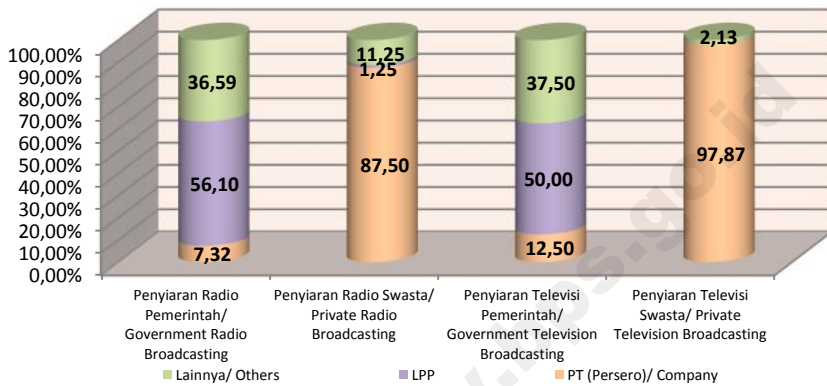
Pada Gambar 18 terlihat bahwa penanggung jawab perusahaan penyiaran dan pemrograman ternyata didominasi oleh laki-laki, hal ini terjadi baik di penyiaran radio maupun penyiaran televisi. Di penyiaran radio, bahkan penanggung jawab pada perusahaan penyiaran televisi pemerintah, seluruhnya adalah laki-laki.

In Figure 18 has seen that persons in charge of broadcasting and programming company are dominated by male which happened both in radio and television broadcasting. Moreover, the persons in charge of private television broadcasting company are all male.

Dibandingkan dengan jenis penyiaran yang lain, perusahaan penyiaran radio swasta mempunyai presentase penanggung jawab yang berjenis kelamin laki-laki paling kecil, yaitu sebesar 79,38 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 79.38 percent.

Gambar 19 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2013
Figure 19 The Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Company/Licensing, 2013



Sebagaimana terlihat pada Gambar 19, badan hukum perusahaan penyiaran baik penyiaran radio swasta maupun televisi swasta didominasi oleh PT (Persero) dengan persentase masing-masing sebesar 87,50 persen dan 97,87 persen. Sedangkan pada perusahaan penyiaran radio dan televisi pemerintah sebagian besar berbadan hukum LPP dengan persentase sebesar 56,10 persen untuk penyiaran radio pemerintah dan 50 persen untuk penyiaran televisi pemerintah.

As shown in Figure 19, the legal entity for private radio broadcasting and private television companies are dominated by Incorporated Company (Persero) with the percentage of each are 87.50 and 97.87 percent. While in government radio and television broadcasting companies mostly incorporated by LPP with percentage of 56.10 percent for the government radio broadcasting and 50 percent for the government television broadcasting.

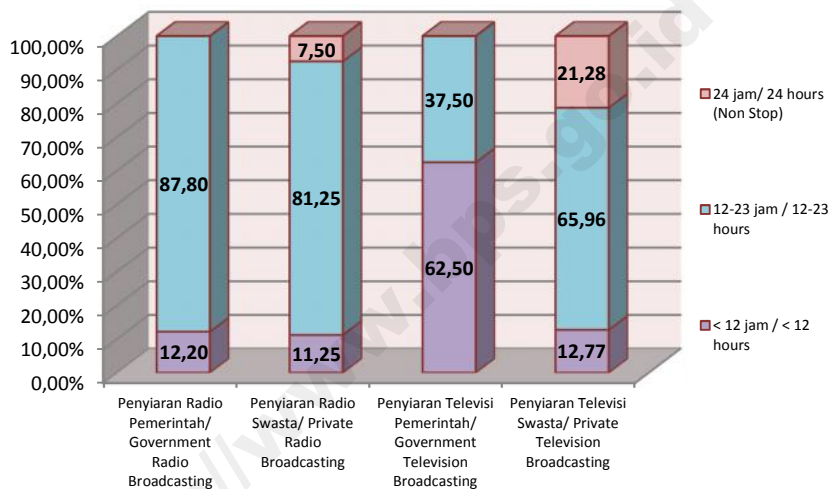
Sementara untuk badan hukum lainnya persentase terbesar terjadi pada penyiaran televisi pemerintah yaitu 37,50 persen, disusul oleh penyiaran radio pemerintah sebesar 36,59 persen.

As for other legal entities, the largest percentage of government television broadcast is 37.50 percent, followed by the government radio broadcasting at 36.59 percent.

Secara garis besar, perusahaan penyiaran dan pemrograman memiliki durasi siaran antara 12 sampai 23 jam. Sebanyak 87,80 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. 87.80 percent of government radio broadcasting company broadcasts on that duration range.

Gambar 20 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran Dalam Sehari, 2013
Figure 20 *The Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Duration per Day, 2013*



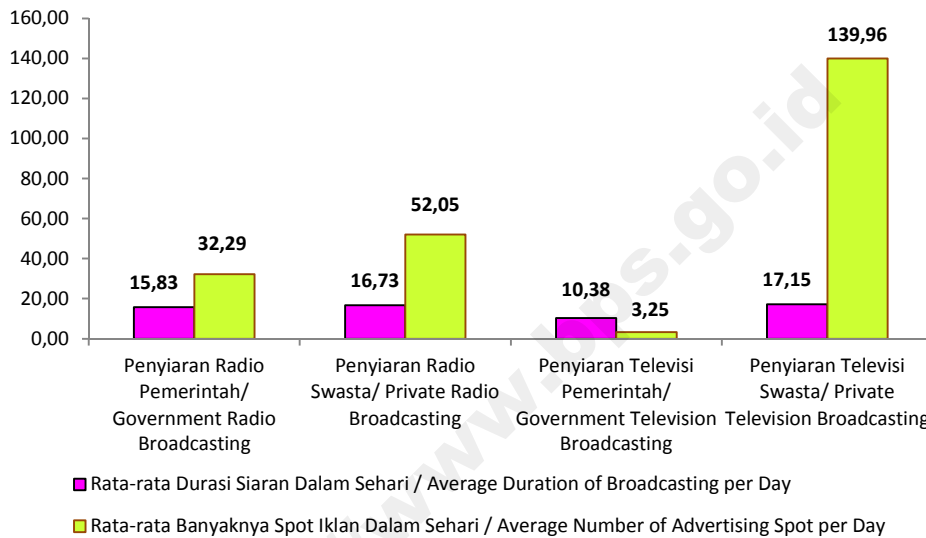
Pada perusahaan penyiaran televisi pemerintah hanya sebesar 37,50 persen yang melakukan siaran pada durasi 12 hingga 23 jam. Sementara perusahaan yang melakukan penyiaran selama 24 jam hanyalah perusahaan penyiaran swasta, baik televisi maupun radio. Terdapat sebanyak 21,28 persen perusahaan televisi swasta yang bersiaran hingga 24 jam dan untuk perusahaan penyiaran radio swasta terdapat sebanyak 7,50 persen.

On the government television broadcasting companies, only 37.50 percent doing broadcast on the duration of 12 to 23 hours. The company that doing broadcasting for 24 hours are only private broadcasting companies, for both television and also radio broadcasting companies. There is as much as 21.28 percent of the private television companies doing broadcast up to 24 hours. Meanwhile, private radio broadcasting companies is as much as 7.50 percent.

Di sisi lain, mayoritas perusahaan penyiaran televisi pemerintah justru hanya melakukan siaran dibawah 12 jam, yaitu sebesar 62,50 persen.

On the other hand, the majority of the government television broadcasting companies only operate under 12 hours, amounting to 62.50 percent.

Rata-rata Durasi Siaran (Jam) dan Rata-rata Banyaknya Spot Iklan Dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan, 2013
Gambar 21 *Average Number of Broadcast Duration (hour) and Advertising Spot per Day of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2013*
Figure 21 *Average Number of Broadcast Duration (hour) and Advertising Spot per Day of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity, 2013*



Di bidang penyiaran dan pemrograman, durasi siaran dan periklanan memiliki peranan yang sangat penting karena bertujuan untuk mempublikasikan atau mempromosikan berbagai produk atau kegiatan. Pada Gambar 21 terlihat bahwa perusahaan penyiaran televisi swasta memiliki rata-rata durasi siaran dan spot iklan per hari yang paling banyak. Rata-rata perusahaan penyiaran televisi swasta melakukan siaran sebanyak 17,15 jam per hari.

In the field of broadcasting and programming, duration of the broadcast and advertising have a very important role as it aims to publicize or promote products or activities. In Figure 21 it appears that private television broadcasting company has an average duration of broadcasts and advertising spots per day at most. Average private television broadcasting company doing broadcast as much as 17.15 hours per day.

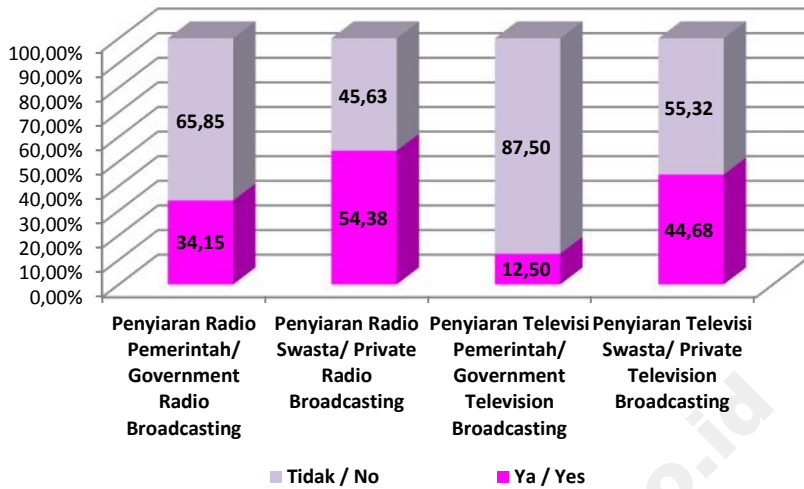
Durasi yang panjang ini mendorong banyaknya iklan yang dipublikasikan pada perusahaan televisi swasta, yakni mencapai 139,96 spot iklan setiap hari. Sementara perusahaan penyiaran televisi pemerintah memiliki rata-rata durasi siaran dan banyaknya spot iklan yang paling kecil diantara yang lainnya, yakni hanya sebesar 10,38 jam durasi siaran per hari dan 3,25 spot iklan dalam sehari. Ini menunjukkan bahwa perusahaan penyiaran televisi pemerintah kurang diminati oleh para penonton dan insan periklanan. Perusahaan penyiaran radio swasta memiliki keunggulan jumlah durasi siaran dan spot iklan dibandingkan perusahaan penyiaran radio pemerintah, yakni sebesar 16,73 jam per hari dan 52,05 spot iklan per hari.

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 radio swasta sebagian besar sudah menyediakan fasilitas *Live Streaming*, yaitu sebesar 54,38 persen.

This long duration push the number of ads that published on the private television companies, which reached 139.96 ad spots every day. While the government television broadcasting companies have average duration of release and the number of ad spots which are the smallest among others, it is only amounted to 10.38 hours of broadcast duration per day and 3.25 advertising spots a day. It shows that public television broadcasting companies less attractive to audiences and advertising company. Private radio broadcasting companies have the advantage of broadcast and advertising spots duration than government radio broadcasting companies, which amounted to 16.73 broadcasting hours per day and 52.05 percent advertising spots per day.

The era of technology and information currently requires various changes to the broadcasting company to remain in demand by customers. Currently, for customers who can not watch broadcasting programs on television or radio could enjoyed via Internet (Live Streaming). Private radio broadcasting companies already provide–most of the Live Streaming facilities, amounting to 54.38 percent.

Gambar 22 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Penyediaan Layanan Siaran Melalui Internet (Live Straming), 2013
Figure 22 Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Facilities, 2013



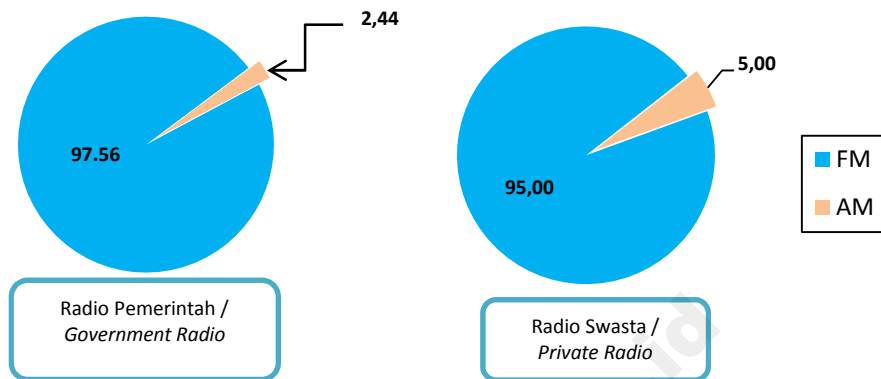
Disusul kemudian oleh perusahaan penyiaran televisi swasta yang menyediakan fasilitas *Live Streaming* sebesar 44,68 persen. Di sisi lain, perusahaan penyiaran radio dan televisi pemerintah hanya sebanyak 34,15 persen dan 12,50 persennya yang menyediakan fasilitas *Live Streaming*.

Gelombang siaran radio yang dapat digunakan untuk melakukan siaran ada sebanyak 4 jenis, yaitu FM, AM, MW dan SW. berdasarkan hasil survei Infokom, perusahaan penyiaran radio di Indonesia sudah seluruhnya menggunakan frekuensi FM dan AM yang kualitasnya lebih baik. Sebagian besar penyiaran radio juga sudah menggunakan frekuensi FM yang merupakan frekuensi paling berkualitas.

Followed later by private television broadcasting companies that provide facilities for Live Streaming with 44.68 percent. On the other hand, the government radio and television broadcasting companies are just as much as 34.15 percent and 12.50 percent that provide Live Streaming facilities.

There are 4 types Radio waves that can be used, there are FM, AM, MW and SW. Based on the results, radio broadcasting companies in Indonesia have been entirely using the FM and AM frequencies which have better quality than 2 other types. Most of the radio broadcasting has also been using an FM frequency which is the most qualified.

Gambar 23 Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Jenis Kegiatan dan Gelombang Frekuensi Siaran, 2013
Figure 23 *Percentage of Radio Broadcasting Company by Type of Activity and Broadcast Frequency, 2013*



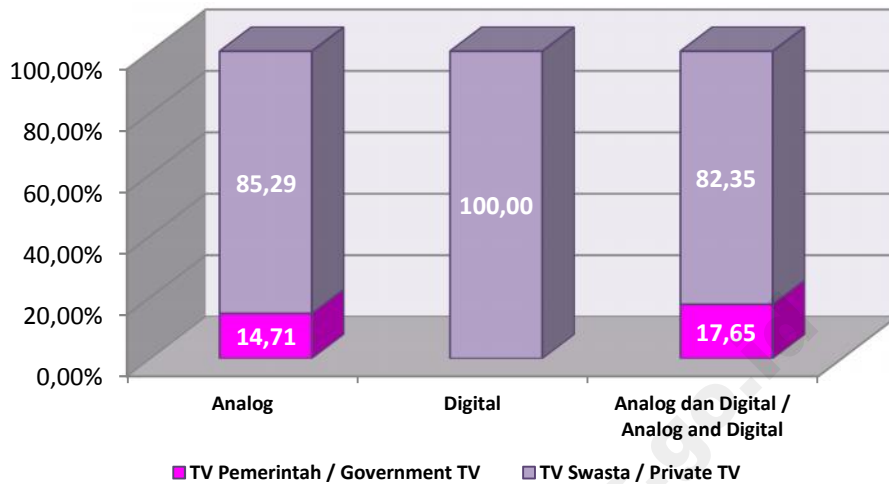
Untuk perusahaan radio pemerintah sebanyak 97,56 persen sudah menggunakan frekuensi FM, hanya sebagian kecil sisanya (2,44 persen) yang masih menggunakan AM. Sementara untuk perusahaan radio swasta, sebesar 95,00 persen menggunakan frekuensi FM dan sisanya yaitu 5,00 persen masih menggunakan gelombang frekuensi AM.

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.

As much as 97.56 percent of Government Radio Broadcasting companies already used the FM frequency, only a few of remaining (2.44 percent) are still using AM frequency. As for private radio companies, it is amounting to 95.00 percent using the FM frequency and the remaining 5.00 percent are still using AM frequency bands.

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

Gambar 24 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Jenis Kegiatan dan Sinyal Tranmisi Siaran, 2013
Figure 24 Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcast Transmission Signal, 2013



Sementara untuk sinyal transmisi analog dan digital, sebanyak 82,35 persennya melakukan kegiatan siaran TV swasta dan sisanya sebanyak 17,65 persen adalah melaksanakan kegiatan TV pemerintah. Pada sinyal transmisi analog, sebanyak 85,29 persen melakukan kegiatan siaran TV swasta dan hanya 14,71 persen yang melakukan kegiatan penyiaran TV pemerintah.

As for the transmission of analogue and digital signals, as much as 82.35 percent of the private TV broadcasting activities and the remaining of 17.65 per cent is conducting government TV. In the analog transmission signal, as much as 85.29 percent of the private TV broadcasting activities and only 14.71 percent of the government TV broadcasting activities.

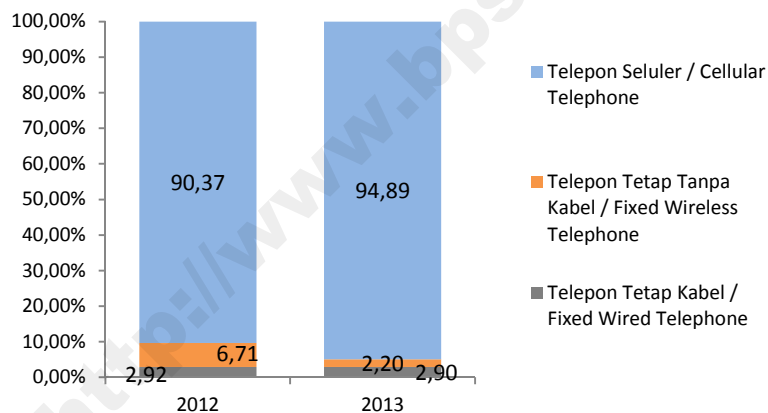
4. Jaringan Telekomunikasi

Sebagaimana terlihat pada Gambar 25, sebanyak 94,89 persen pelanggan menggunakan telepon seluler. Nilai ini merupakan yang tertinggi jika dibandingkan dengan jenis layanan telepon yang lain. Untuk pengguna telepon tetap kabel ada di urutan kedua dengan persentase sebesar 2,91 persen dan diikuti dengan pengguna telepon tetap tanpa kabel sebanyak 2,2 persen. Pola pada tahun 2013 berbeda dengan pola yang ada pada tahun 2012.

4. Telecommunication Network

As seen on Figure 25, 94.89 percent customers use cellular telephone. This value is the highest one if compared with other type of telephone services. Fixed wired telephone's customers are in second order with 2.91 percent and followed by fixed wireless telephone as 2.20 percent. Data pattern in 2013 is different with pattern in 2012.

Gambar 25 Persentase Jumlah Pelanggan Telepon Berdasarkan Produk Pelayanan, 2013
Figure 25 Percentage of Total Telephone Customer Based on Service Products, 2013



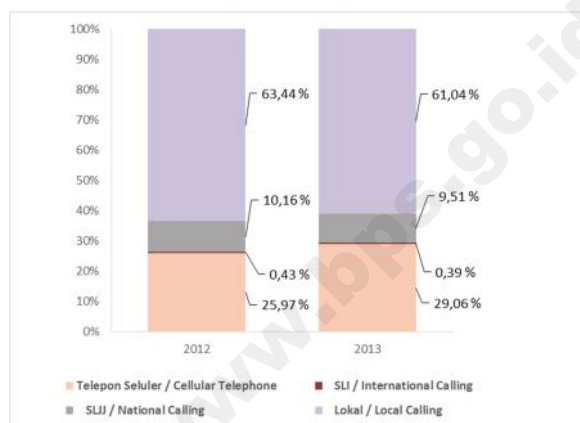
Pada tahun ini, persentase jumlah pelanggan telepon seluler sebesar 90,37 persen adalah jumlah tertinggi, disusul dengan pelanggan telepon tetap tanpa kabel serta telepon tetap kabel dengan persentase masing-masing sebesar 6,71 persen dan 2,92 persen. Berbeda dengan ketiga jenis produk pelayanan, sepanjang tahun 2012 dan 2013 belum ada pelanggan telepon yang menggunakan telepon satelit.

In this year, percentage of cellular telephone's customers as 90.37 percent is the highest one, followed by fixed wireless telephone and fixed wired telephone with each percentage are 6.71 percent and 2.92 percent. Different from the third type of other service products, there is no telephone customers using satellite telephone in 2012 and 2013.

Berdasarkan Gambar 26, jumlah persentase pulsa yang paling banyak terjual pada tahun 2012 berdasarkan jenis produk pelayanan adalah telepon tetap kabel Lokal, yaitu sebesar 63,44 persen. Disusul dengan penjualan pulsa untuk telepon seluler di urutan kedua terbanyak dengan persentase sebesar 25,97 persen.

Based on Figure 26, total percentage of mobile payment (rollover) the most sold in 2012 by type of service product is fixed wired telephone for local calling as 63.44 percent. Then, followed by mobile payment (rollover) sells for cellular telephone in second rank as 25.97 percent.

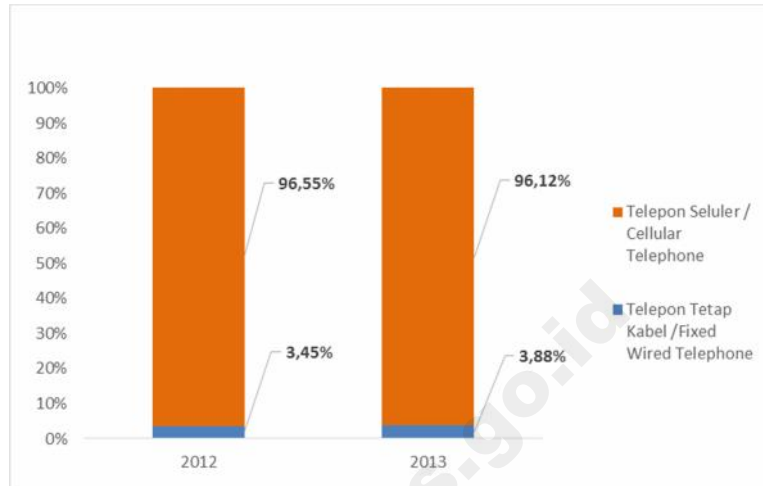
Gambar 26 Persentase Produksi Pulsa yang Terjual berdasarkan Produk Pelayanan, 2012-2013
Figure 26 Percentage of Mobile Payment Sold by Service Products, 2012-2013



Sisanya adalah persentase penjualan pulsa telepon tetap kabel SLJJ sebesar 10,16 persen dan SLI sebesar 0,43 persen. Kondisi pada tahun 2013 tidak berbeda jauh. Penurunan penjualan terjadi pada penjualan pulsa untuk produk pelayanan telepon tetap kabel, namun tidak terlalu signifikan dan hanya berkisar antara 0,40 hingga 2,00 persen. Pemakaian telepon seluler yang semakin meningkat pada tahun 2013 juga berimbas pada jumlah penjualan pulsa. Hal ini terbukti dengan adanya peningkatan sebesar 3,89 persen dari tahun 2012 menjadi 29,06 persen pada tahun 2013.

The rest are percentage of mobile payment selling for national and international calling of fixed wired telephone valued 10.16 percent and 0.43 percent. Condition in 2013 is slightly different with 2012. Sell decline occurred in mobile payment selling for fixed wired telephone, but unsignificantly different and only ranged from 0.40 to 2.00 percent. The increasing of cellular telephone usage in 2013 also affected to mobile payment sell. It can be proofed by increase in the percentage about 3.89 percent from 2012 to 29.06 percent in 2013.

Gambar 27 Persentase Jumlah Pelanggan yang Mengakses Internet berdasarkan Produk Pelayanan, 2012-2013
Figure 27 Percentage of Customers Accessing Internet by Service Product, 2012-2013



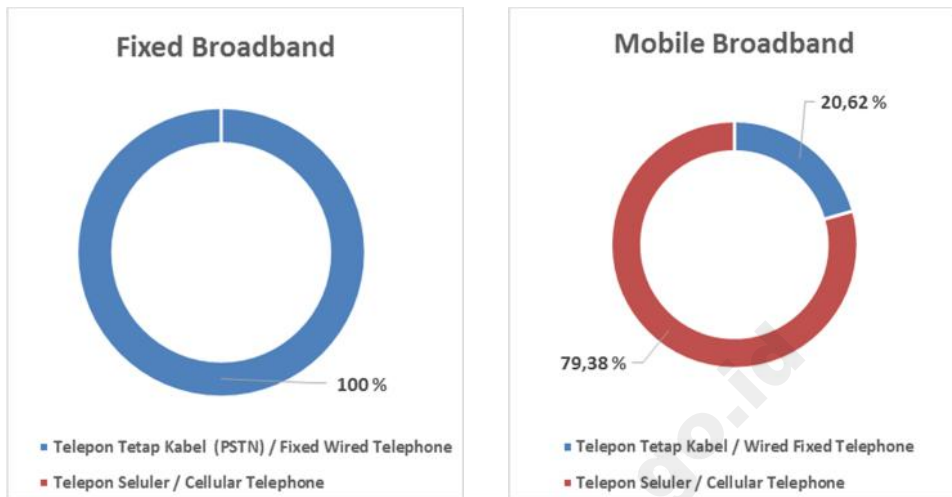
Dari Gambar 27 didapatkan bahwa pada tahun 2012, 96,55 persen dari keseluruhan pengguna internet mengakses melalui telepon selular. Angka ini mengalami penurunan pada tahun 2013 menjadi sebesar 96,12 persen.

Penurunan persentase tersebut hanya sebesar 0,44 persen dan tidak begitu signifikan. Tingginya akses internet melalui telepon selular ini didorong oleh banyaknya perangkat dengan harga yang terjangkau di pasaran. Berbeda dengan telepon selular, persentase pengaksesan internet melalui telepon tetap kabel tergolong sangat rendah. Pada tahun 2012 hanya 3,44 persen pengguna yang mengakses internet melalui telepon tetap kabel dan 3,88 persen pada tahun 2013.

From Figure 27 can be obtained that in 2012, 96.55 percent of all internet users are accessing internet by cellular telephone. This amount has decreased in 2013 to 96.12 percent.

The decreasing in the percentage just about 0.44 percent and insignificant. High amount of internet access by cellular telephone is caused by a lot of cheap cellular telephone that affordable in market. Different with the cellular telephone, the percentage of accesing internet by wired telephone is very low. In 2012, only 3.44 percent of user accessing internet by wired telephone and 3.88 percent in 2013.

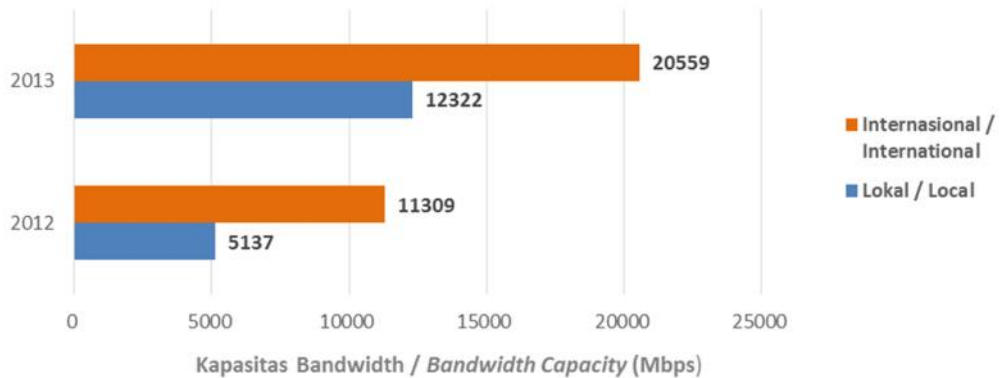
Gambar 28 Persentase Pelanggan Telepon yang Mengakses Internet/Data Berdasarkan Produk dan Jenis Pelayanan, 2013
Figure 28 *Percentage of Telephone User Accessing Internet/Data by Product and Type of Service, 2013*



Selama 2013, tercatat 100,00 persen pelanggan telepon tetap kabel (PSTN) mengakses internet dengan menggunakan layanan *fixed broadband*. Angka ini bisa mencapai 100,00 persen karena hanya PSTN yang menyediakan dua macam layanan internet, yaitu *fixed broadband* dan *mobile broadband*. Pada telepon seluler, yang hanya menyediakan layanan *mobile broadband*, persentase pengguna yang mengakses internet adalah sebesar 79,38 persen. 20,62 persen sisanya mengakses internet melalui layanan *mobile broadband* yang disediakan oleh telepon tetap kabel (PSTN).

In 2013, recorded that 100.00 percent fixed wired telephone's customers accessing internet using fixed broadband service. This value can reach 100.00 percent because only fixed wired telephone that provides two type of internet service, that are fixed broadband and mobile broadband. In cellular telephone that provides mobile broadband service only, the percentage of user accessing internet is 79.38 percent. 20.62 percent of the rest accessing internet by mobile broadband service that is provided by fixed wired telephone (PSTN).

Gambar 29 Rata-Rata Kapasitas Bandwidth, 2012-2013
Figure 29 Average of Bandwidth Capacity, 2012-2013



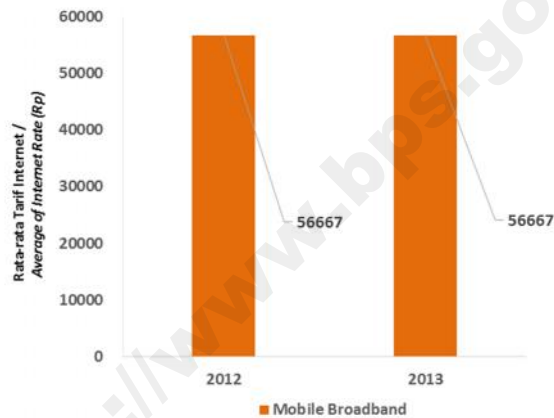
Dari Gambar 29, didapatkan rata-rata kapasitas bandwidth lokal dan internasional meningkat signifikan pada tahun 2013 jika dibandingkan dengan keadaan pada tahun 2012. Untuk kapasitas bandwidth lokal, meningkat lebih dari dua kali lipat dari 5.137 Mbps di tahun 2012 menjadi sebesar 12.322 Mbps di tahun 2013. Peningkatan yang sama juga terjadi pada kapasitas bandwidth internasional yang awalnya hanya sebesar 11.309 Mbps menjadi 20.559 Mbps.

From Figure 29, obtained that average of local ad international bandwidth capacity increased significantly in 2013 if compared by condition in 2012. For local bandwidth capacity, increased doubled from 5,137 Mbps in 2012 to 12,322 Mbps in 2013. The same increase occurred also in international bandwidth capacity from 11,309 Mbps to 20,559 Mbps.

Peningkatan kapasitas bandwidth yang sangat signifikan ini dikarenakan kebutuhan akses internet oleh pengguna yang juga semakin meningkat. Keperluan untuk mengunggah atau mengunduh gambar, video, maupun file lain yang berukuran besar menuntut bandwidth yang besar untuk menunjang kegiatan mereka.

That significantly increase of bandwidth capacity is caused by the increase of user's needs in accessing internet. The needs to uploading or downloading picture, video, or other big sized file that requires big bandwidth to do these jobs.

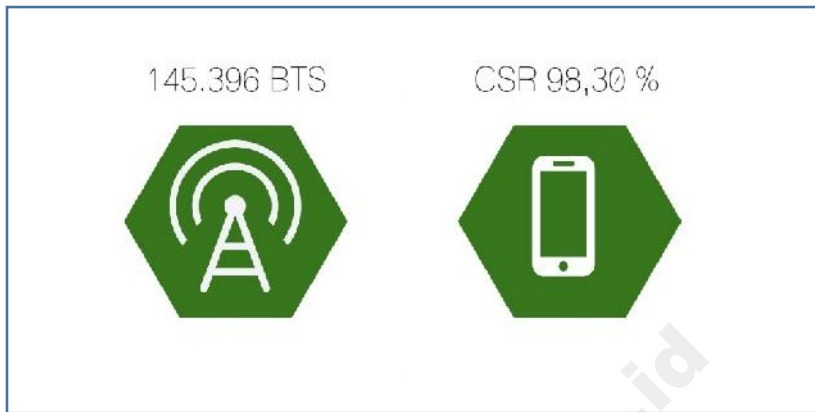
Gambar 30 Rata-Rata Tarif Berlangganan Internet dalam Satu Bulan, 2013
Figure 30 Average of Internet Subscription Rate in a Month, 2013



Rata-rata tarif berlangganan internet oleh penyedia jasa telepon seluler dalam satu bulan pada tahun 2012 dan 2013 tidak mengalami perubahan. Nilainya masih sama yaitu 56.667 rupiah. Keadaan ini menunjukkan tidak adanya perubahan harga paket internet yang ditawarkan oleh penyedia jasa internet.

There is no change of internet subscription rate average by cellular telephone service provider in a month on 2012 and 2013. The rate for each year are same, 56,667 rupiahs. This condition shows that there is no change-over in internet package rates that is offered by internet service provider.

Gambar 31 Jumlah *Base Transceiver Station (BTS)* dan Rata-rata *Call Success Ratio (CSR)* pada Telepon Seluler, 2013
Figure 31 *Total of Base Transceiver Station (BTS) and Average of Call Success Ratio (CSR) in Cellular Telephone, 2013*



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 2014, seperti yang terlihat pada Gambar 31, jumlah BTS pada tahun 2013 adalah sebanyak 145.396 BTS yang kesemuanya adalah milik operator telepon seluler.

Call Success Rate (CSR) atau biasa juga disebut *Call Setup Success Rate (CSSR)* adalah nilai yang digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan jaringan dalam memberikan pelayanan baik berupa *voice call*, *video call*, maupun *SMS*. Dengan kata lain membuka jalan untuk komunikasi.

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*, as seen on Figure 31, total *BTS* in 2013 is 145,396 *BTS* that owned by cellular telephone operator.

Call Success Rate (CSR), also known as *Call Setup Success Rate (CSSR)*, is a value used to measure network availability rate in giving service such as *voice call*, *video call*, or *Short Message Service (SMS)*. The means is opening the way for communication.

Melalui angka ini akan dapat diketahui seberapa handal jaringan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Berdasarkan Gambar 31, rata-rata CSR telepon seluler pada tahun 2013 adalah sebesar 98,30 persen. Nilai ini tergolong tinggi dan bisa dinyatakan sebagai nilai yang "excellent" sehingga dapat dikatakan jaringan tersebut handal dalam memberikan pelayanan.

By this value, we could know how reliable the networks in giving service to customers. Based on Figure 31, CSR average of cellular telephone in 2013 is about 98.30 percent. This value is high and can be stated as excellent value so that network is reliable in giving service.

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

5. Jasa Multimedia

5.1. Jasa Penyedia Layanan Internet

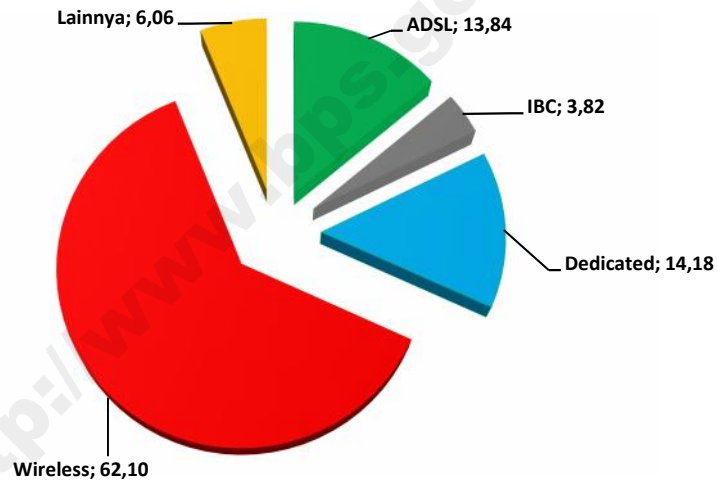
Pada tahun 2013, seluruh (100,00 persen) perusahaan jasa *Internet Service Provider/ISP* berbentuk Perseroan Terbatas (PT) dan hampir seluruh (90,82 persen) usaha warnet dimiliki oleh perorangan/individu.

5. *Multimedia Services*

5.1. *Internet Service Provider*

In 2013, the entire (100.00 percent) services company of Internet Service Provider/ISP are Limited Liability Company and almost all (90.82 percent) are Internet cafe business owned by an individual.

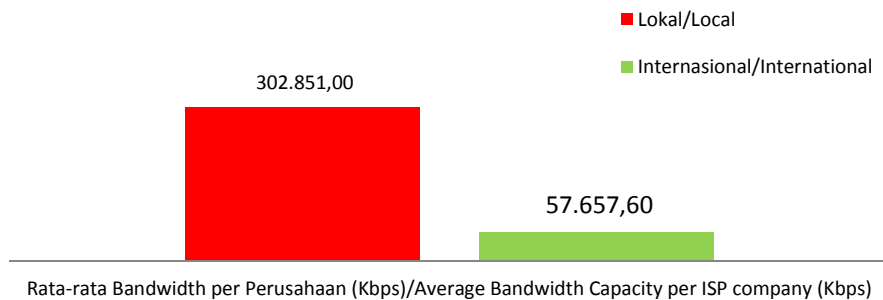
Gambar 32 Persentase Pelanggan Perusahaan Jasa ISP Menurut Layanan Akses yang Digunakan, 2013
Figure 32 Percentage ISP Services Company Customer by Service Access Used, 2013



Apabila dilihat menurut layanan akses yang digunakan, pada tahun 2013 pelanggan Wireless mendominasi dengan persentase 62,10 persen. Sementara pelanggan IBC menempati persentase terkecil dengan 3,82 persen. Pelanggan dial-up dan mobile tidak ditemukan lagi di tahun 2013.

When viewed according to the access service used, in 2013, the Wireless subscribers dominated with the percentage of 62.10 percent. While the IBC customer occupies the smallest with percentage of 3.82 percent. While customers dial-up and mobile not found again in 2013.

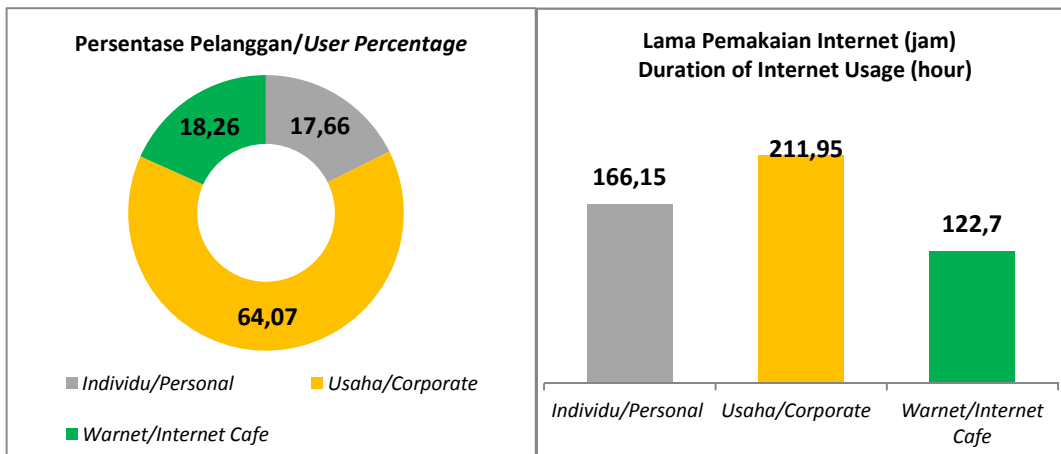
Gambar 33 Persentase Rata-rata Kapasitas Bandwidth per Perusahaan menurut Jenis Sambungan, 2013
Figure 33 Average Bandwidth Capacity per ISP company by Connection Type, 2013



Rata-rata kapasitas *bandwidth* pada suatu perusahaan jasa internet dapat dilihat pada Gambar 33. Gambar tersebut menunjukkan perusahaan jasa internet dengan jenis sambungan lokal memiliki rata-rata kapasitas *bandwidth* sebesar 302.851,00 kbps sedangkan jenis sambungan internasional memiliki rata-rata kapasitas *bandwidth* sebesar 57.657,60 kbps.

The average of bandwidth capacity on an Internet services company can be seen in Figure 33. The figure shows average bandwidth capacity per Internet services company by connection type that valued 302,851.00 kbps for local connections. While the international connections have an average bandwidth capacity of 57,657.60 kbps.

Gambar 34 Persentase Pelanggan dan Lama Pemakaian Internet Perusahaan Internet Service Provider (ISP) menurut Klasifikasi Pelanggan, 2013
Figure 34 The percentage of Internet Customer and Duration of Internet Usage of ISP Company by Type of Customer and Customer Classification, 2013



Pada Gambar 34 terlihat bahwa sebagian besar pelanggan perusahaan ISP adalah pelanggan usaha dengan persentase sebesar 64,07 persen dan lama pemakaian internet per bulan sebanyak 211,95 jam. Sedangkan pelanggan perusahaan ISP yang berupa individu dan warnet memiliki persentase yang hampir sama yaitu berturut-turut 17,66 persen dan 18,26 persen dengan lama pemakaian internet per bulan yaitu 166,15 jam untuk pelanggan individu dan 122,7 jam untuk warnet.

5.2. Warung Internet

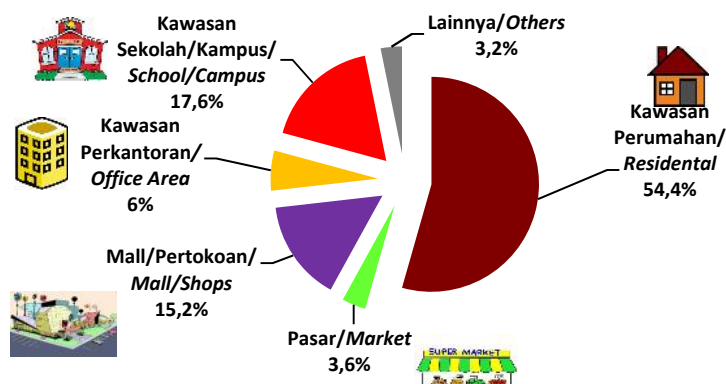
Jasa multimedia didalamnya termasuk usaha warung internet (warnet). Berdasarkan lokasi usahanya, kawasan perumahan memiliki persentase warnet terbanyak yaitu 54,4 persen, kemudian diikuti dengan kawasan sekolah/kampus sebesar 17,60 persen, sedangkan kategori lainnya menjadi lokasi dengan persentase warnet terkecil yaitu sebesar 3,20 persen.

Based on Figure 34, most ISP company's customer is a corporate customer by percentage 64.07 percent and its duration of internet usage is 211.95 hours per month. While the individual customer and Internet cafe have the same percentage, respectively 17.66 percent and 18.26 percent with the duration of internet usage per month is 166.15 hours and 122.7 hour for an individual customer and internet cafe.

5.2. Internet Cafe

Multimedia services includes business internet cafes. Based on the location of business, residential areas have the highest percentage of internet cafe that is 54.4 percent, followed by the school district / campus by 17.60 percent, while the category others is the smallest percentage of internet cafe location with percentage equal to 3.20 percent.

Gambar 35 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha, 2013
Figure 35 Percentage of Internet Cafe by Business Location, 2013



5.3. Televisi Berbayar

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

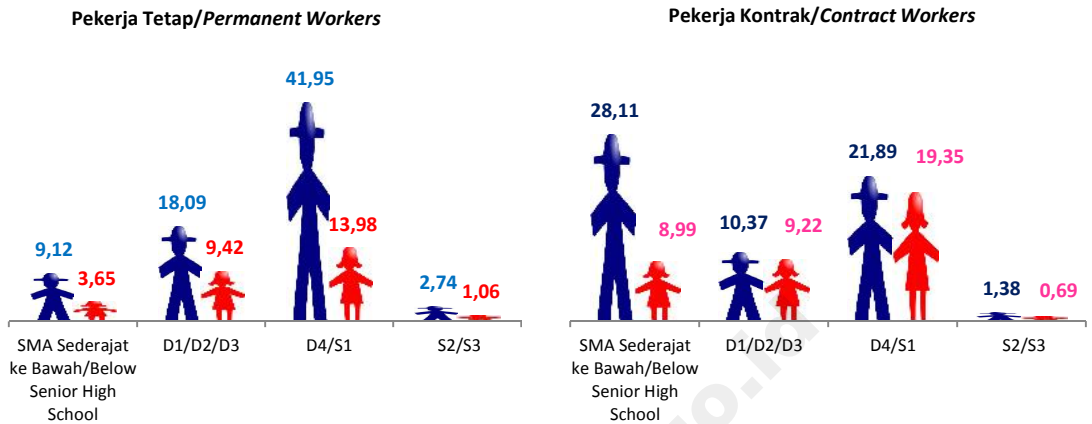
Adanya lapangan usaha baru tentunya akan mendorong para pekerja untuk bergabung di dalamnya. Pada perusahaan TV berbayar, pekerja dibagi menjadi pekerja tetap dan pekerja kontrak dimana baik pekerja tetap dan kontrak di dalamnya tidak termasuk pekerja asing. gambar 36 menunjukkan bahwa lebih dari setengah (55,93 persen) pekerja tetap perusahaan TV berbayar berpendidikan D4/S1 dimana pekerja laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan pekerja tetap perempuan di semua jenjang pendidikan. Hal yang sama juga terjadi pada pekerja kontrak, dimana 41,24 persen pekerja kontrak pada perusahaan TV berbayar berpendidikan D4/S1 dan pekerja kontrak laki-laki mendominasi pada semua jenjang pendidikan.

5.3. Cable Television

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

The existence of a new business field will encourage workers to join in it. In the cable-TV company, workers are divided to permanent workers and contract workers where both of them are excluding foreign workers. Figure 36 shows the percentage of permanent workers and contract workers of cable-TV company by levels of education and sex. More than half (55.93 percent) of permanent workers of cable-TV company are D4/S1 where amount of male permanent worker is more than female permanent workers in all levels of education. The same thing also happened on contract workers, where 41.24 percent of contract workers on the cable-TV company educated D4/S1 and men contract workers dominate all levels of education.

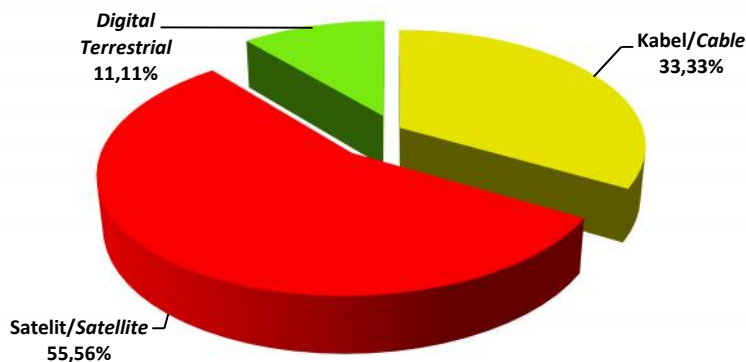
Gambar 36 Persentase Pekerja Tetap Perusahaan TV Berbayar berdasarkan Jenjang Pendidikan dan Jenis Kelamin, 2013
Figure 36 Percentage Of Permanent Workers And Contract Workers Of Cable-TV Company By Levels Of Education And Sex, 2013



Teknologi distribusi yang digunakan dalam TV berbayar dapat berupa kabel, satelit, *internet protocol*, dan *digital terrestrial*. Pada tahun 2013, perusahaan TV berbayar mayoritas menggunakan satelit (55,56 persen) dan kabel (33,33 persen) serta sebagian kecil menggunakan digital terrestrial (11,11 persen).

Distribution technology used in the cable-TV can be a cable, satellite, internet protocol, and digital terrestrial. In 2013, the majority of the cable-TV company uses satellites (55.56 percent) and cable (33.33 percent) as well as a little of digital terrestrial (11.11 percent).

Gambar 37 Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Teknologi Distribusi yang Digunakan, 2014
Figure 37 Percentage of Cable-TV Company according Distribution Technology Used, 2014



Salah satu keunggulan dari TV berbayar adalah menyediakan banyak saluran/channel, baik yang berasal dari dalam negeri, maupun luar negeri. Gambar 38 menunjukkan bahwa lebih dari setengah saluran yang disiarkan oleh TV berbayar berupa saluran yang berasal dari luar negeri yaitu sebesar 67,29 persen, sedangkan sisanya merupakan saluran dalam negeri.

One of the advantages of cable-TV is providing many channels, both from domestic and abroad. Figure 38 shows that more than half or 67.29 percent of the channels broadcasted by a cable-TV are abroad channel, and the rest are domestic channel.

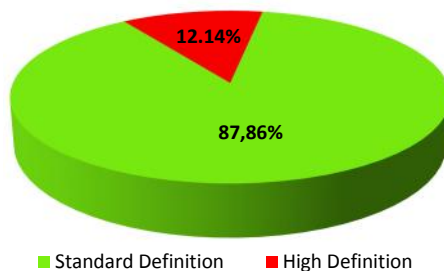
Gambar 38 Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Saluran/Chanel Tahun 2013
Figure 38 Percentage of Cable-TV Company by Channel, 2013



TV Berbayar menawarkan dua jenis format gambar, yaitu *High Definition* dan *Standard Definition*. Berdasarkan Gambar 39, sebagian besar TV berbayar (87,86 persen) masih menggunakan format gambar standard definition.

Cable-TV offers two types of image formats, namely High Definition and Standard Definition. Based on Figure 39, most of cable-TV (87.86 percent) still uses standard definition for its image format.

Gambar 39 Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Format Gambar Tahun 2013
Figure 39 Percentage of TV Company by Image Formats, 2013



Sementara jika dilihat dari jenis pelanggannya, pelanggan TV berbayar didominasi oleh rumah tangga, yaitu sebesar 96.00 persen, sedangkan sisanya adalah korporasi sebesar 4.00 persen.

Meanwhile if viewed by type of customers, cable-TV subscribers are dominated by households, 96.00 percent, while the rest are corporations of 4.00 percent.

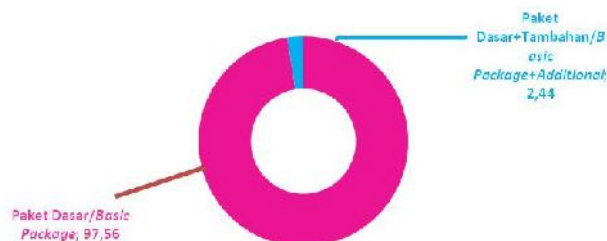
Gambar 40 Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Pelanggan, 2013
Figure 40 Percentage of Cable-TV Company by Types of Customer, 2013



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 41, mayoritas pelanggan yaitu sebesar 97,56 persen memilih menggunakan paket dasar, hanya 2 persen pelanggan saja yang menggunakan paket dasar dan tambahan.

To attract customers, 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 41, the majority of customers in the amount of 97.56 percent chose to use the basic package, only 2 percent of customers are using the basic package and additional.

Gambar 41 Persentase Pelanggan TV Berbayar Menurut Jenis Paket Tahun 2013
Figure 41 Percentage of Cable-TV Company by Types of Package, 2013



LAMPIRAN TABEL

APPENDIX OF TABLES

Tabel 1 Persentase Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2014

Table 1 *Percentage of Information and Communications Company by Industrial Classification and Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing, 2014*

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan <i>Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing</i>									Jumlah <i>Total</i>
	PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	Koperasi <i>Cooperative</i>	CV	Firma <i>Firms</i>	Yayasan <i>Foundation</i>	Ijin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Related Authorities</i>	Perorangan Individual	LPP <i>Public Broadcasters</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
Penerbitan <i>Publishing</i>	53,60	2,40	25,60	0,80	8,80	1,60	2,40	-	4,80	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	91,27	0,79	-	-	0,79	4,76	-	-	2,38	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	74,22	-	-	-	-	-	-	11,33	14,45	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	100,00	-	-	-	-	-	-	-	-	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	12,54	1,08	1,43	-	-	-	80,29	-	4,66	100,00
Jumlah <i>Total</i>	52,12	0,89	4,68	0,13	1,56	1,02	28,50	3,65	7,45	100,00

Tabel 2 Persentase Pekerja Tetap Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013

Table 2 *Percentage of Permanent Male Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013*

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>				Laki-laki/Male
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1	S2/S3	Jumlah <i>Total</i>
Penerbitan <i>Publishing</i>	35,53	13,62	49,23	1,62	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	32,89	16,70	48,58	1,83	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	4,07	11,49	76,25	8,19	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	29,85	22,94	44,54	2,67	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	81,94	9,57	8,49	-	100,00
Total <i>Total</i>	29,74	15,34	51,92	3,00	100,00

Tabel 3 Persentase Pekerja Tetap Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013

Table 3 *Percentage of Permanent Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013*

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>	34,05	15,73	47,74	2,48	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	25,23	17,46	55,01	2,30	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	4,76	19,95	69,62	5,67	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	31,73	19,00	46,35	2,92	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	86,51	7,92	5,57	-	100,00
Total <i>Total</i>	28,94	16,84	51,33	2,89	100,00

Tabel 4 Persentase Pekerja Tetap (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013

Table 4 *Percentage of Permanent Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013*

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Laki-laki+Perempuan/ <i>Male+Female</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>			S2/S3	
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School, equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1		
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Penerbitan <i>Publishing</i>	35,17	14,13	48,88	1,82	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	31,23	16,87	49,97	1,93	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	4,23	13,47	74,70	7,60	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	30,15	22,31	44,83	2,71	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	83,58	8,98	7,44	-	100,00
Jumlah <i>Total</i>	29,56	15,68	51,78	2,98	100,00

Tabel 5 **Persentase Pekerja Kontrak Laki-laki (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013**
 Table 5 **Percentage of Contract Male Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013**

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</i>				Laki-laki/Male
	SMA Sederajat ke Bawah <i>High School, equivalent, and below</i>	D1/D2/D3	D4/S1	S2/S3	Jumlah Total
Penerbitan <i>Publishing</i>	55,66	7,72	36,06	0,56	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	28,37	13,90	57,30	0,43	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	0,47	19,30	75,81	4,42	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	66,77	11,55	21,53	0,15	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	96,96	2,57	0,35	0,12	100,00
Jumlah Total	58,33	11,50	29,82	0,35	100,00

Tabel 6 Persentase Pekerja Kontrak Perempuan (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013

Table 6 *Percentage of Contract Female Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013*

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>	40,71	10,69	48,35	0,25	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	28,34	17,06	53,05	1,55	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	0,28	36,54	60,91	2,27	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	27,89	23,16	47,37	1,58	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	98,57	1,10	0,33	-	100,00
Jumlah <i>Total</i>	49,29	13,85	35,90	0,96	100,00

Tabel 7 Persentase Pekerja Kontrak (Tidak Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Jenjang Pendidikan, 2013

Table 7 *Percentage of Contract Workers (Excluding Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Level of Education, 2013*

Klasifikasi Lapangan Usaha <i>Industrial Classification</i>	Laki-laki+Perempuan/ <i>Male+Female</i>				Jumlah <i>Total</i>
	Jenjang Pendidikan <i>Level of Education</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>	51,09	8,63	39,81	0,47	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	28,36	14,67	56,26	0,71	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	0,38	27,08	69,09	3,45	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	66,04	11,77	22,01	0,18	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	97,80	1,80	0,34	0,06	100,00
Jumlah <i>Total</i>	56,91	11,87	30,77	0,45	100,00

Tabel 8 Persentase Pekerja (Termasuk Pekerja Asing) Perusahaan Informasi dan Komunikasi menurut Klasifikasi Lapangan Usaha dan Status Pekerja, 2013

Table 8 *Percentage of Workers (Including Foreign Workers) in Information and Communications Company by Industrial Classification and Status of Workers, 2013*

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>	83,86	14,24	0,01	1,89	100,00
Penyiaran dan Pemrograman <i>Broadcasting and Programming</i>	64,69	25,42	0,07	9,82	100,00
Jaringan Telekomunikasi <i>Telecommunications Network</i>	85,49	12,88	0,16	1,47	100,00
Jasa Multimedia <i>Multimedia Services</i>	22,89	76,52	-	0,59	100,00
Bioskop <i>Cinema</i>	39,50	53,62	-	6,88	100,00
Jumlah <i>Total</i>	57,57	37,95	0,05	4,43	100,00

Tabel 9 Persentase Perusahaan Penerbitan menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Penerbitan, 2013

Table 9 *Percentage of Publishing Company by Legal Entity/Bussiness Entity/ Licensing and Publishing, Type 2013*

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>	20,00	33,60	53,60
CV	21,60	4,00	25,60
Firma <i>Firm</i>	0,80	-	0,80
Koperasi <i>Cooperative</i>	-	2,40	2,40
Yayasan <i>Foundation</i>	7,20	1,60	8,80
Izin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Related Authorities</i>	1,60	-	1,60
Perorangan <i>Individual</i>	1,60	0,80	2,40
Lainnya <i>Others</i>	3,20	1,60	4,80
Jumlah <i>Total</i>	56,00	44,00	100,00

*) Penerbitan Berkala meliputi Surat Kabar, Tabloid, Jurnal, dan Majalah

*) *Periodical Publishing include Newspapers, Tabloid, Journals, and Magazines*

Tabel 10 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Buku yang Diterbitkan, 2013

Table 10 *Percentage of Book Publishing Company by Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing and Type of Published Books, 2013*

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>	7,14	18,57	10,00	35,71
CV	7,14	17,14	14,49	38,57
Firma <i>Firm</i>	-	1,43	-	1,43
Koperasi <i>Cooperative</i>	-	-	-	-
Yayasan <i>Foundation</i>	1,43	8,57	2,86	12,86
Izin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Relevant Authorities</i>	-	1,43	1,43	2,86
Perorangan <i>Individual</i>	-	-	2,86	2,86
Lainnya <i>Others</i>	1,43	2,86	1,43	5,71
Jumlah <i>Total</i>	17,14	50,00	32,86	100,00

Tabel 11 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala Menurut Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Terbitan Berkala, 2013

Table 11 *Percentage of Periodical Publication Company by Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing and Type of Periodical Publication, 2013*

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>	Jurnal <i>Journal</i>	Buletin <i>Bulletin</i>	Majalah <i>Magazine</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	86,84	25,00	50,00	-	80,00
CV	5,26	37,50	-	-	10,00
Firma <i>Firm</i>	-	-	-	-	-
Koperasi <i>Cooperative</i>	7,90	12,50	-	-	-
Yayasan <i>Foundation</i>	-	12,50	50,00	-	-
Izin Khusus Instansi Terkait <i>Special Permission from Related Authorities</i>	-	-	-	-	-
Perorangan <i>Individual</i>	-	-	-	-	10,00
Lainnya <i>Others</i>	-	12,50	-	100,00	-
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabel 12 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Keikutsertaan dalam Pameran Buku, 2013

Table 12 *Percentage of Book Publishing Company by Type of Published Books and Book Fair Participation, 2013*

Jenis Buku <i>Book Type</i>	Keikutsertaan dalam Pameran Buku <i>Participation in Book Fair</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Ya <i>Yes</i>	Tidak <i>No</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Pelajaran <i>Textbook</i>	10,00	7,14	17,14
Non Pelajaran <i>Non Lessons</i>	24,29	25,71	50,00
Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non Lessons</i>	20,00	12,86	32,86
Jumlah <i>Total</i>	54,29	45,71	100,00

Tabel 13 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Lingkup Pameran yang Pernah Diikuti, 2013

Table 13 *Percentage of Book Publishing Company by Type Published Books and Scope of Exhibition Ever Followed, 2013*

Jenis Buku <i>Book Type</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>	9,09	27,77	-
Non Pelajaran <i>Non Lesson</i>	36,36	55,56	100,00
Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non Lesson</i>	54,55	16,67	-
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00	100,00

Tabel 14 Persentase Perusahaan Penerbitan Buku menurut Jenis Buku yang Diterbitkan dan Ketersediaan *E-book*, 2013

Table 14 *Percentage of Book Publishing Company by type of Published Books and Availability of E-book, 2013*

Jenis Buku <i>Book Type</i>	Ketersediaan <i>E-book</i> <i>E-book Availability</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Tersedia <i>Available</i>	Tidak Tersedia <i>Not Available</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Pelajaran <i>Textbook</i>	-	17,14	17,14
Non Pelajaran <i>Non Lessons</i>	5,71	44,29	50,00
Pelajaran dan Non Pelajaran <i>Textbook and Non Lessons</i>	4,29	28,57	32,86
Jumlah <i>Total</i>	10,00	90,00	100,00

Tabel 15 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan dan Periode Terbit, 2013

Table 15 Percentage of Periodical Publishing Company by Publishing Type and Period , 2013

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publications</i>	Periode Terbit <i>Publishing Period</i>					Jumlah <i>Total</i>
	Harian <i>Daily</i>	Mingguan <i>Weekly</i>	Harian dan Mingguan <i>Daily and Weekly</i>	Bulanan <i>Monthly</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	92,11	5,26	2,63	-	-	100,00
Tabloid <i>Tabloid</i>	-	37,50	-	50,00	12,50	100,00
Jurnal <i>Journal</i>	-	-	-	50,00	50,00	100,00
Buletin <i>Bulletin</i>	-	-	-	100,00	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	-	-	-	90,00	10,00	100,00

Tabel 16 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan dan Wilayah Peredaran, 2013

Table 16 Percentage of Periodical Publishing Company by Type of Publishing and Distribution Region, 2013

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publications</i>	Wilayah Peredaran <i>Distribution Region</i>					Jumlah <i>Total</i>
	Lokal <i>Local</i>	Nasional <i>National</i>	Lokal dan Nasional <i>Local and National</i>	Internasional <i>International</i>	Lokal dan Internasional <i>Local and International</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	81,58	13,16	5,26	-	-	100,00
Tabloid <i>Tabloid</i>	100,00	-	-	-	-	100,00
Jurnal <i>Journal</i>	100,00	-	-	-	-	100,00
Buletin <i>Bulletin</i>	100,00	-	-	-	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	40,00	50,00	-	-	10,00	100,00

Tabel 17 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan, Wilayah Peredaran, dan Ketersediaan Media Elektronik, 2013

Table 17 Percentage of Periodical Publishing Company by Publishing Type, Distribution Region, and Electronic Media Availability, 2013

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publications</i>	Wilayah Peredaran <i>Distribution Region</i>					Jumlah <i>Total</i>
	Lokal <i>Local</i>	Nasional <i>National</i>	Lokal dan Nasional <i>Local and National</i>	Internasional <i>International</i>	Lokal dan Internasional <i>Local and International</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	55,26	7,90	2,63	-	-	65,79
Tabloid <i>Tabloid</i>	12,50	-	-	-	-	12,50
Jurnal <i>Journal</i>	-	-	-	-	-	-
Buletin <i>Bulletin</i>	-	-	-	-	-	-
Majalah <i>Magazine</i>	10,00	50,00	-	-	-	60,00

Tabel 18 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Jenis Penerbitan, Wilayah Peredaran, dan Ketidakterediaan Media Elektronik, 2013

Table 18 *Percentage of Periodical Publishing Company by Type Publishing, Distribution Region, and Electronic Media Unavailability, 2013*

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publications</i>	Wilayah Peredaran <i>Distribution Region</i>					Jumlah <i>Total</i>
	Lokal <i>Local</i>	Nasional <i>National</i>	Lokal dan Nasional <i>Local and National</i>	Internasional <i>International</i>	Lokal dan Internasional <i>Local and International</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	26,32	5,26	2,63	-	-	34,21
Tabloid <i>Tabloid</i>	87,50	-	-	-	-	87,50
Jurnal <i>Journal</i>	100,00	-	-	-	-	100,00
Buletin <i>Bulletin</i>	100,00	-	-	-	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	30,00	-	-	-	10,00	40,00

Tabel 19 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Ketersediaan dan Cakupan/Isi Media Elektronik serta Jenis Penerbitan, 2013

Table 19 *Percentage Periodical Publishing Company by Availability and Coverage/Content Electronic Media as well as Publishing Type, 2013*

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publications</i>	Cakupan/Isi <i>Coverage/Content</i>		
	Sama dengan versi media cetak <i>Same with Print Media Version</i>	Tidak sama dengan versi media cetak <i>Not same with print media version</i>	Menyediakan keduanya <i>Provide both</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	39,48	2,63	23,68
Tabloid <i>Tabloid</i>	12,50	-	-
Jurnal <i>Journal</i>	-	-	-
Buletin <i>Bulletin</i>	-	-	-
Majalah <i>Magazine</i>	30,00	-	30,00

Tabel 20 Persentase Perusahaan Penerbitan Berkala menurut Segmentasi Pembaca dan Jenis Penerbitan, 2013

Table 20 Percentage of Periodical Publishing Company by Readers Segmentation and Publishing Type, 2013

Jenis Terbitan Berkala <i>Type of Periodical Publications</i>	Wilayah Peredaran <i>Distribution Region</i>						
	Pria <i>Men</i>	Wanita <i>Women</i>	Remaja <i>Teens</i>	Anak-anak <i>Children</i>	Keluarga <i>Family</i>	Komunitas <i>Community</i>	Profesional <i>Professionals</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Surat Kabar <i>Newspaper</i>	81,58	81,58	65,79	42,11	63,16	73,68	71,05
Tabloid <i>Tabloid</i>	62,50	87,50	50,00	12,50	50,00	87,50	62,50
Jurnal <i>Journal</i>	-	-	-	-	-	100,00	-
Buletin <i>Bulletin</i>	-	-	-	-	-	-	100,00
Majalah <i>Magazine</i>	40,00	60,00	20,00	-	30,00	40,00	40,00

Tabel 21 Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Film yang Diputar, 2013

Table 21 Percentage of Cinema by Cinema Type and Film Screened, 2013

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Jenis Film yang Diputar <i>Film Screened Type</i>		
	<i>First Run</i>	<i>Second Run</i>	<i>Third Run</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Premiere	6,40	0,80	-
XXI	44,00	2,40	-
Blitzmegaplex	3,20	-	0,80
21	17,60	10,40	3,20
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	4,00	3,20	4,00
Bioskop <i>Cinema</i>	75,20	16,80	8,00

Tabel 22 Persentase Bioskop menurut Jenis Bioskop dan Lokasi Usaha, 2013

Table 22 Percentage of Cinema by Cinema Type and Location of Business, 2013

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Lokasi Usaha <i>Location of Business</i>					
	Perumahan <i>Residential</i>	Pasar <i>Market</i>	Mal/Pertokoan <i>Mall/Shopping</i>	Perkantoran <i>Office</i>	Sekolah/Kampus <i>School/Campus</i>	Lainnya <i>others</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Premiere	-	-	7,14	-	-	-
XXI	-	-	45,24	0,79	-	0,79
Blitzmegaplex	-	-	29,37	1,59	-	-
21	-	-	3,97	-	-	-
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	0,79	0,80	6,35	-	-	3,17
Bioskop <i>Cinema</i>	0,79	0,80	92,06	2,38	-	3,97

Tabel 23 Persentase Bioskop menurut Ketersediaan Pelayanan Penjualan Tiket secara Elektronik, 2013

Table 23 Percentage of Cinema by Availability of Electronic Ticket Sales Service, 2013

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Ketersediaan Pelayanan Penjualan Tiket secara Elektronik <i>Availability of Electronic Ticket Sales Service</i>	
	Ya <i>Yes</i>	Tidak <i>No</i>
(1)	(2)	(3)
Premiere	77,78	22,22
XXI	84,75	15,25
Blitzmegaplex	80,00	20,00
21	84,75	30,77
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	80,00	85,71
Bioskop <i>Cinema</i>	71,43	28,57

Tabel 24 Rata-rata Harga Tiket (Rupiah) Masuk menurut Jenis Bioskop dan Kelompok Hari, 2013

Table 24 Average Ticket Price (IDR) by Cinema Type and Day Group, 2013

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)
Premiere	65.000,00	88.333,33	122.222,22
XXI	32.033,90	38.135,59	46.483,05
Blitzmegaplex	32.000,00	39.000,00	47.000,00
21	26.410,26	30.897,44	36.987,18
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	19.714,29	22.000,00	26.428,57
Bioskop <i>Cinema</i>	31.277,78	37.722,22	46.746,03

Tabel 25 Persentase Jumlah Layar menurut Jenis Bioskop dan Jenis Proyektor yang Dipasangkan, 2013

Table 25 Percentage of Screens Total by Cinema Type and Projector Paired, 2013

Jenis Bioskop Cinema Type	Jenis Proyektor			Jumlah Total
	Projector Type			
	Analog	Digital Non-3D	Digital 3D	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Premiere	7,69	61,54	30,77	100,00
XXI	2,61	78,10	19,28	100,00
Blitzmegaplex	-	71,11	28,89	100,00
21	8,16	78,91	12,93	100,00
Non-Jaringan	4,11	77,30	18,59	100,00
Non Network				
Bioskop Cinema	4,11	77,30	18,59	100,00

Tabel 26 Rata-rata Jumlah Judul Film yang Diputar, Jumlah Layar, dan Jumlah Tiket Terjual menurut Jenis Bioskop, 2013

Table 26 *Average Title Films Screened, Number of Screens, and Number of Tickets Sold by Cinema Type, 2013*

Jenis Bioskop <i>Cinema Type</i>	Judul Film yang Diputar <i>Title Films Screened</i>	Jumlah Layar <i>Number of Screens</i>	Jumlah Tiket Terjual <i>Number of Tickets Sold</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Premiere	69,22	1,44	48.094,67
XXI	184,15	5,53	374.418,47
Blitzmegaplex	202,40	9,40	530.894,20
21	278,10	3,90	211.886,21
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	78,64	2,71	112.709,71
Bioskop <i>Cinema</i>	194,02	4,57	277.932,63

Tabel 27 Rata-rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Negara Asal, 2013

Table 27 Average of Title Films by Cinema Type and Country of Origin , 2013

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>	Lainnya <i>others</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
Premiere	8,22	49,44	6,33	1,00	2,78	0,11	0,00
XXI	44,19	81,92	8,85	5,05	1,24	0,86	0,03
Blitzmegaplex	36,60	118,00	4,00	2,60	9,40	22,80	0,00
21	120,97	79,44	16,82	49,82	0,85	1,05	1,44
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	39,86	50,64	1,21	6,14	0,29	2,86	0,00
Bioskop <i>Cinema</i>	64,60	76,79	10,10	18,64	1,44	1,96	0,46

Tabel 28 Rata-rata Jumlah Judul Film menurut Jenis Bioskop dan Genre, 2013

Table 28 Average of Title Films by Cinema Type and Genre, 2013

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>Religious</i>	Horor <i>Horror</i>	Lainnya <i>Others</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
Premiere	11,67	9,11	9,67	3,11	32,67	0,67	10,11	0,44
XXI	24,12	14,90	9,61	8,25	36,73	4,02	16,41	0,75
Blitzmegaplex	35,00	21,80	12,00	10,60	40,00	5,40	15,80	25,80
21	28,51	23,77	38,77	14,38	65,21	19,23	55,05	0,18
Non-Jaringan <i>Non Network</i>	23,00	8,57	3,86	4,79	42,21	1,07	16,86	0,29
Bioskop <i>Cinema</i>	24,90	16,80	18,10	9,49	45,99	8,21	27,94	1,49

Tabel 29 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan, 2013

Table 29 Percentage Responsible of Broadcasting and Programming Company by Sex, 2013

Kegiatan <i>Activity</i>	Jenis Kelamin Penanggung Jawab Perusahaan <i>Sex of Responsible Company</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Laki-Laki <i>Male</i>	Perempuan <i>Female</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	95,12	4,88	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	79,38	20,62	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>	87,23	12,77	100,00
Jumlah <i>Total</i>	83,98	16,02	100,00

Tabel 30 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Bentuk Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2013

Table 30 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Legal Entity/Bussiness Entity/Licensing, 2013*

Kegiatan Activity	Bentuk Badan Hukum Legal Entity			Jumlah/ Total
	PT/PT (Persero) Limited Liability Company	LPP Public Broadcastin g	Lainnya Others	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	7,32	56,10	36,58	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	87,50	1,25	11,25	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	12,50	50,00	37,50	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	97,87	-	2,13	100,00
Jumlah Total	74,22	11,33	14,45	100,00

Tabel 31 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Penyelenggara Jasa Penyiaran, 2013

Table 31 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Broadcasting Service Providers, 2013*

Kegiatan <i>Activity</i>	Penyelenggaraan Jasa Penyiaran <i>Broadcasting Service Providers</i>		Jumlah <i>Total</i>
	LPP/LPPL <i>Public Broadcasting/Local</i>	LPS <i>Private Broadcasting</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	100,00	-	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	-	100,00	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
Jumlah <i>Total</i>	19,14	80,86	100,00

Tabel 32 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Durasi Siaran Dalam Sehari, 2013

Table 32 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Duration of Broadcast In A Day, 2013*

Kegiatan Activity	Durasi Siaran dalam Sehari Duration of Broadcast in 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	12,20	87,80	-	100,00
Penyiaran Radio Swasta Private Radio Broadcasting	11,25	81,25	7,50	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah Government Television Broadcasting and Programming	62,50	37,50	-	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta Private Television Broadcasting and Programming	12,76	65,96	21,28	100,00
Jumlah Total	13,28	78,13	8,59	100,00

Tabel 33 Rata-rata Durasi Siaran dan Banyaknya Spot Iklan Dalam Sehari Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman, 2013

Table 33 *Average of Broadcast Duration and Number of Advertisement Spot in Broadcasting and Programming Company per Day, 2013*

Kegiatan Activity	Rata-rata Durasi Siaran dalam Sehari Average of Broadcast Duration	Rata-rata Banyaknya Spot Iklan dalam Sehari Average Number of Advertisement Spot
(1)	(2)	(3)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	15,83	32,29
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	16,73	52,05
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	10,38	3,25
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	17,15	139,96
Jumlah Total	16,46	63,50

Tabel 34 Rata-rata Tarif Pemasangan Iklan per Spot (Rupiah) Perusahaan Penyiaran Radio menurut Jenis Kegiatan dan Waktu Tayang, 2013

Table 34 *Average Rate per Spot Advertisement (IDR) of Radio Broadcasting Company by Type of Activity and Showtimes, 2013*

Kegiatan Activity	Waktu Tayang Showtimes		
	Prime Time	Regular Time1	Regular Time 2
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	157.971,54	150.260,96	159.784,54
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	165.861,66	124.861,14	55.363,44

Tabel 35 Rata-rata Tarif Pemasangan Iklan per Spot (Rupiah) Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Jenis Kegiatan dan Waktu Tayang, 2013

Table 35 *Average Rate per Spot Advertisement (IDR) Television Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Showtimes, 2013*

Kegiatan Activity	Waktu Tayang Showtimes		
	Prime Time	Fringe Time	Shouder Time
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	89.375,00	21.250,00	10.625,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	5.797.682,77	4.096.642,38	3.306.137,11

Tabel 36 Rata-rata Persentase Waktu Penyiaran dalam Sebulan menurut Jenis Program/Acara dan Jenis Kegiatan, 2013

Table 36 Average Percentage of Time Broadcasting in A Month by Type of Program/Event and Activity Type, 2013

Program/Acara <i>Program/Event</i>	Kegiatan <i>Activity</i>			
	Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berita dan Informasi <i>News and Information</i>	25,66	15,79	33,50	25,49
Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan <i>Education and Knowledge</i>	10,29	7,65	8,75	8,89
Seni dan Budaya <i>Arts and Culture</i>	8,36	8,43	6,87	7,72
Agama <i>Religion</i>	8,78	9,04	10,63	9,84
Olahraga <i>Sports</i>	4,10	3,16	2,12	3,95
Musik <i>Musics</i>	27,75	37,66	14,25	15,78
Sandiwara/Film/Sinetron <i>Drama/Film/TV Series</i>	0,90	0,79	1,38	9,37
Hiburan Lainnya <i>Others Entertainment</i>	4,37	6,11	7,00	8,40
<i>Talk Show</i>	6,59	5,52	6,88	8,08
Lainnya <i>Others</i>	3,20	5,85	8,62	2,48
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabel 37 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Program/Acara Unggulan/Favorit dalam Sebulan dan Jenis Kegiatan, 2013

Table 37 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Program/Event Featured/Favorite in A Month and Type of Activity, 2013*

Program/Acara <i>Program/Event</i>	Kegiatan <i>Activity</i>			
	Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Berita dan Informasi <i>News and Information</i>	34,15	10,63	75,00	46,81
Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan <i>Education and Knowledge</i>	-	0,63	-	2,13
Seni dan Budaya <i>Arts and Culture</i>	17,07	8,13	-	-
Agama <i>Religion</i>	-	5,00	-	6,38
Olahraga <i>Sports</i>	-	-	-	2,13
Musik <i>Musics</i>	41,46	68,75	12,50	14,89
Sandiwara/Film/Sinetron <i>Drama/Film/TV Series</i>	-	-	-	8,51
Hiburan Lainnya <i>Others Entertainment</i>	-	3,12	-	12,77
<i>Talk Show</i>	4,88	1,87	12,50	4,25
Lainnya <i>Others</i>	2,44	1,87	-	2,13
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00	100,00

Tabel 38 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman menurut Jenis Kegiatan dan Ketersediaan Layanan Siaran Melalui Internet, 2013

Table 38 *Percentage of Broadcasting and Programming Company by Type of Activity and Live Streaming Services Availability, 2013*

Kegiatan Activity	Ketersediaan Layanan Siaran Melalui Internet Live Streaming Services Availability		Jumlah Total
	Ya Yes	Tidak No	
(1)	(2)	(3)	(4)
Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	34,15	65,85	100,00
Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	54,38	45,62	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	12,50	87,50	100,00
Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	44,68	55,32	100,00
Jumlah Total	48,05	51,95	100,00

Tabel 39 Persentase Perusahaan Penyiaran Radio menurut Frekuensi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2013

Table 39 *Percentage of Radio Broadcasting Company by Broadcast Frequency and Type of Activity, 2013*

Frekuensi <i>Frequency</i>	Kegiatan <i>Activity</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Penyiaran Radio Pemerintah <i>Government Radio Broadcasting</i>	Penyiaran Radio Swasta <i>Private Radio Broadcasting</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
FM	97,56	95,00	95,52
AM	2,44	5,00	4,48
MW	-	-	-
SW	-	-	-
Jumlah Total	100,00	100,00	100,00

Tabel 40 Persentase Perusahaan Penyiaran dan Pemrograman Televisi menurut Sinyal Transmisi Siaran dan Jenis Kegiatan, 2013

Table 40 *Percentage of Television Broadcasting and Programming Company by Broadcast Signal Transmission and Type of Activity, 2013*

Sinyal Transmisi Siaran <i>Broadcast Signal Transmission</i>	Kegiatan <i>Activity</i>		Jumlah <i>Total</i>
	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Pemerintah <i>Government Television Broadcasting and Programming</i>	Penyiaran dan Pemrograman Televisi Swasta <i>Private Television Broadcasting and Programming</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
Analog	14,71	85,29	100,00
Digital	-	100,00	100,00
Analog dan Digital	17,65	82,35	100,00
Jumlah Total	14,55	85,45	100,00

Tabel 41 Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2012 dan 2013
Table 41 *Percentage of Total Telecommunication Network Company Customers by Service Product, 2012 and 2013*

Produk Pelayanan Service Product	2012	2013
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel <i>Fixed Wired Telephone</i>	2,92	2,90
Telepon Tetap Tanpa Kabel <i>Fixed Wireless Access (FWA)</i>	6,71	2,20
Telepon Seluler <i>Cellular Phone</i>	90,37	94,90
Telepon Satelit <i>Satellite Phone</i>	-	-
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 42 Persentase Produksi Pulsa Terjual Perusahaan Jaringan Telekomunikasi menurut Produk Pelayanan, 2012 dan 2013
Table 42 *Percentage of Mobile Payment Sold of Telecommunication Network Company by Service Product, 2012 and 2013*

Produk Pelayanan Service Product	2012	2013
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel Fixed Wired Telephone		
Lokal <i>Local Calling</i>	63,44	61,04
SLJJ <i>National Calling</i>	10,16	9,51
SLI <i>International Calling</i>	0,43	0,39
Telepon Seluler Cellular Phone	25,97	29,06
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 43 Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan, 2012 dan 2013

Table 43 Percentage Total Customers of Telecommunication Network Company Who Accessing the Internet by Service Product, 2012 dan 2013

Produk Pelayanan Service Product	2012	2013
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel <i>Fixed Wired Telephone</i>	3,45	3,88
Telepon Tetap Tanpa Kabel <i>Fixed Wireless Access (FWA)</i>	96,55	96,12
Telepon Seluler <i>Cellular Phone</i>	-	-
Telepon Satelit <i>Satellite Phone</i>	-	-
Jumlah Total	100,00	100,00

Tabel 44 Persentase Jumlah Pelanggan Perusahaan Jaringan Telekomunikasi yang Mengakses Internet menurut Produk Pelayanan dan Jenis Pelayanan, 2013

Table 44 Percentage Total Customers of Telecommunication Network Company Who Accessing the Internet by Service Product and Type Service, 2013

Produk Pelayanan <i>Service Product</i>	Jenis Pelayanan <i>Service Type</i>	
	<i>Fixed Broadband</i>	<i>Mobile Broadband</i>
(1)	(2)	(3)
Telepon Tetap Kabel <i>Fixed Wired Telephone</i>	100,00	20,62
Telepon Tetap Tanpa Kabel <i>Fixed Wireless Access (FWA)</i>	-	-
Telepon Seluler <i>Cellular Phone</i>	-	79,38
Data <i>Data</i>	-	-
Telepon Satelit <i>Satellite Phone</i>	-	-
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00

Tabel 45 Persentase Perusahaan Jasa Multimedia menurut Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan dan Jenis Kegiatan, 2013

Table 45 *Percentage of Multimedia Services Company by the Law Firm/Entity/Licensing and Type of Activity, 2013*

Bentuk Badan Hukum <i>Legal Entity</i>	Kegiatan <i>Activity</i>		Jumlah <i>Total</i>
	ISP	Warnet <i>Internet Cafe</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)
PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	100,00	1,60	8,89
CV	-	1,60	1,48
Koperasi <i>Cooperative</i>	-	1,20	1,11
Perorangan <i>Individual</i>	-	90,80	84,07
Lainnya <i>Others</i>	-	4,80	4,44
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00	100,00

Tabel 46 Persentase Kapasitas Bandwidth dan Rata-rata Pemakaian per Perusahaan ISP menurut Jenis Sambungan, 2013

Table 46 *Percentage of Bandwidth Capacity and Average Usage per ISP Company by Connection Type, 2013*

Jenis Sambungan Connectivity Type	Persentase Bandwidth Bandwith Percentage	Rata-rata Bandwidth per Perusahaan (Kbps) Bandwith Average per Company (Kbps)
(1)	(2)	(3)
Lokal <i>Local</i>	84,01	302.851,00
Internasional <i>International</i>	15,99	57.657,60
Jumlah Total	100,00	

Tabel 47 Persentase dan Rata-rata Pelanggan per Perusahaan ISP menurut Layanan Akses yang Digunakan, 2013

Table 47 Percentage and Average Customer per ISP Company by Used Access Services, 2013

Jenis Sambungan Connectivity Type	Persentase Percentage	Rata-rata Average
(1)	(2)	(3)
ADSL	13,84	53,67
<i>Dial-Up</i>	-	-
IBC	3,82	17,80
<i>Dedicated</i>	14,18	30,00
<i>Wireless</i>	62,10	120,42
<i>Mobile</i>	-	-
Lainnya <i>Others</i>	6,06	47,00
Jumlah Total	100,00	

Tabel 48 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Badan Hukum/Badan Usaha/Perijinan, 2013

Table 48 Percentage of Internet Cafes by Business Location and Legal Entity/Company/Licensing, 2013

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Bentuk Badan Hukum <i>Legal Entity</i>					Jumlah <i>Total</i>
	PT/PT (Persero) <i>Limited Liability Company</i>	CV	Koperasi <i>Cooperative</i>	Perorangan <i>Individual</i>	Lainnya <i>Others</i>	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	0,80	1,20	-	51,20	1,20	54,40
Pasar <i>Market</i>	-	-	-	3,60	-	3,60
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	0,40	-	-	13,60	1,20	15,20
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	-	-	1,20	4,80	-	6,00
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	0,40	0,40	-	15,20	1,60	17,60
Lainnya <i>Others</i>	-	-	-	2,40	0,80	3,20
Jumlah <i>Total</i>	1,60	1,60	1,20	90,80	5,61	100,00

Tabel 49 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Kapasitas Bandwidth, 2013

Table 49 Percentage of Internet Cafe by Business Location and Bandwidth Capacity , 2013

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Kapasitas Bandwidth <i>Legal Entity</i>					Jumlah <i>Total</i>
	≤ 256	512	1024	2048	>2048	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	24,26	4,41	13,97	32,35	25,00	100,00
Pasar <i>Market</i>	11,11	22,22	33,33	22,22	11,11	100,00
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	13,16	10,53	13,16	21,05	42,11	100,00
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	6,67	6,67	40,00	13,33	33,33	100,00
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	25,00	9,09	15,91	25,00	25,00	100,00
Lainnya <i>Others</i>	50,00	-	-	12,50	37,50	100,00

Tabel 50 Persentase Warung Internet menurut Lokasi Usaha dan Jumlah Komputer, 2013

Table 50 Percentage of Internet Cafe by Business Location and Number of Client Computer, 2013

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Jumlah Komputer (unit) <i>Client Computer Numbers (units)</i>			Jumlah <i>Total</i>
	≤20	21-40	41-60	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	90,44	8,82	0,74	100,00
Pasar <i>Market</i>	88,89	11,11	-	100,00
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	84,21	13,16	2,63	100,00
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	66,67	33,33	-	100,00
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	90,91	9,90	-	100,00
Lainnya <i>Others</i>	75,00	25,00	-	100,00

Tabel 51 Rata-rata Pengguna per Warnet, Lama Akses per Pengguna, Tarif Internet per Jam, dan Biaya per Pengguna menurut Lokasi Usaha, 2013

Table 51 Average Users per Internet Cafe, Access Duration per User, Tariffs per hour, and The Cost per User by Business Location , 2013

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Rata-rata <i>Average</i>			
	Pengguna per usaha (orang) <i>User per business (Person)</i>	Lama Akses per Pengguna (Jam) <i>Duration per User (Hours)</i>	Tarif Internet per Jam (Rp) <i>Internet Tariff per Hour (IDR)</i>	Biaya Per Pengguna (Rp)/ <i>Cost per User (IDR)</i>
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	12.970,02	2,74	3.337,50	9.130,27
Pasar <i>Market</i>	15.276,44	3,44	3.333,33	11.481,48
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	11.277,95	2,16	3.697,37	7.978,53
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	8.671,07	1,96	3.833,33	7.526,11
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	12.288,09	1,95	3.170,45	6.196,80
Lainnya <i>Others</i>	8.737,63	2,00	3.187,50	6.375,00
Jumlah <i>Total</i>	12.282,46	2,47	3.387,60	8.353,82

Tabel 52 Rata-Rata Kapasitas Bandwidth (kbps), Komputer (unit), dan Kapasitas Bandwidth per Komputer (kbps) Warnet menurut Lokasi Usaha, 2013

Table 52 *Average Bandwidth Capacity (kbps), Client Computer (units), and Bandwidth Capacity per Client Computer (kbps) Internet Cafe by Business Location, 2013*

Lokasi Usaha <i>Business Location</i>	Rata-rata <i>Average</i>		
	Kapasitas Bandwidth <i>Bandwidth Capacity</i>	Komputer <i>Client Computer</i>	Kapasitas Bandwidth per komputer Client <i>Bandwidth Capacity per Client Computer</i>
(1)	(2)	(3)	(4)
Kawasan Perumahan <i>Residential</i>	7.323,13	12,75	574,36
Pasar <i>Market</i>	1.219,44	11,22	108,66
Mall/Pertokoan <i>Mall/Shops</i>	6.877,82	15,79	435,60
Kawasan Perkantoran <i>Office Area</i>	1.995,73	16,13	123,70
Kawasan Sekolah/Kampus <i>School/Campus Area</i>	6.905,41	11,82	584,30
Lainnya <i>Others</i>	2.183,63	15,13	144,37
Jumlah <i>Total</i>	6.478,08	13,27	448,10

Tabel 53 Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi dan Saluran, 2013

Table 53 Percentage of Cable TV Companies by Distribution Technology and Channel Type, 2013

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>Cables</i>	24,87	36,78
Satelit <i>Satellite</i>	72,02	58,69
Digital Terrestrial <i>Digital Terrestrial</i>	3,11	4,53
Jumlah <i>Total</i>	100,00	100,00

Tabel 54 Persentase Perusahaan TV Berbayar menurut Jenis Teknologi Distribusi dan Format Gambar, 2013

Table 54 Percentage of Cable TV Companies by Distribution Technology Type and Picture Format, 2013

Teknologi Distribusi <i>Distribution Technology</i>	Format Gambar <i>Picture Format</i>	
	Standard Definition (SD)	High Definition (HD)
(1)	(2)	(3)
Kabel <i>Cables</i>	14,47	88,89
Satelit <i>Satellite</i>	80,26	11,11
Digital Terrestrial <i>Digital Terrestrial</i>	5,27	0
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