

# BAB 4: PERKHIDMATAN KANDUNGAN

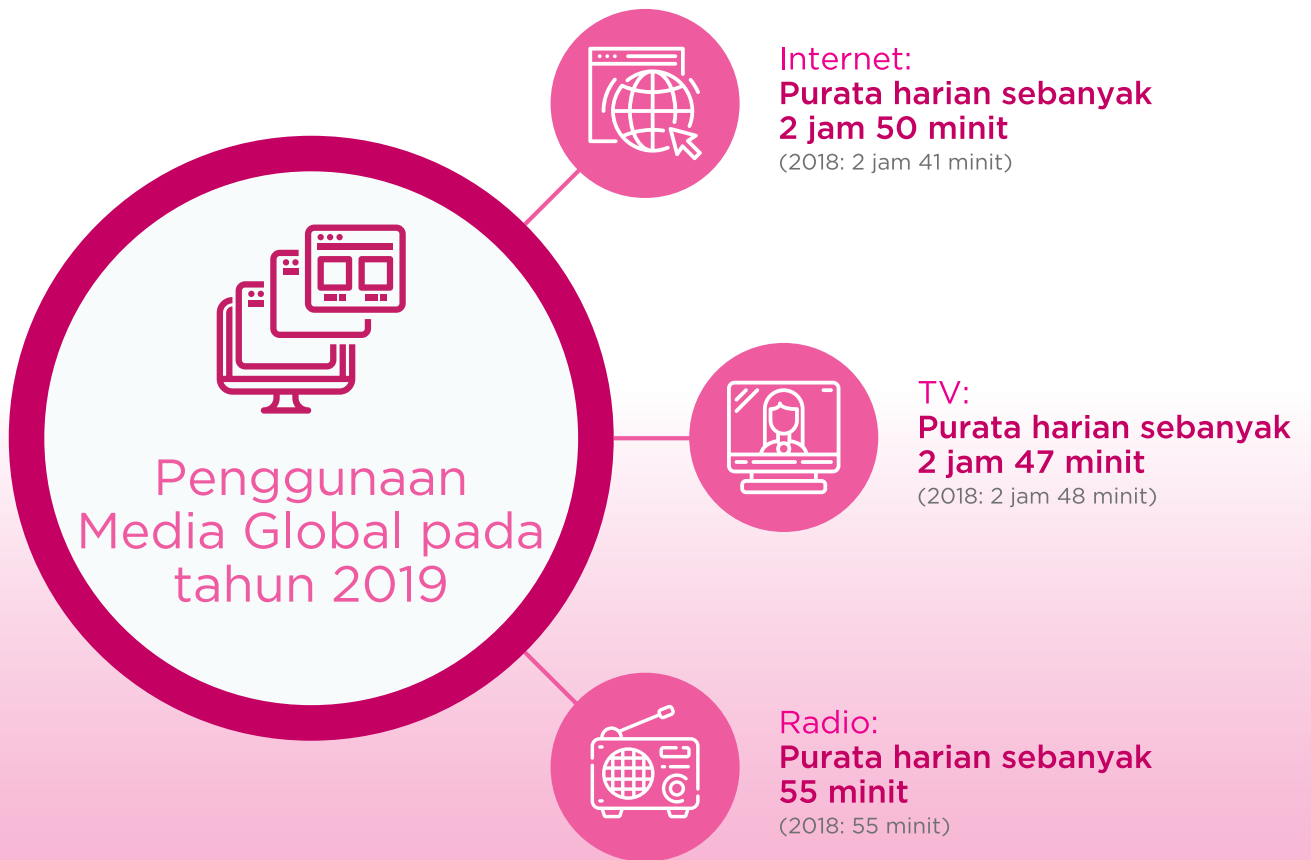


- 66 Sorotan Utama Tahun 2019
- 67 Gambaran Keseluruhan Landskap Media
- 70 Fasa Baru Industri Penyiaran
- 74 Projek Pendigitalan Penyiaran Nasional
- 77 Pemberi Perkhidmatan di Malaysia
- 77 *TV FTA*
- 79 *TV Berbayar*
- 82 *Pemberi Perkhidmatan Baru*
- 83 **Perubahan Landskap Penyiaran**
- 85 **Penyiaran Radio**
- 85 *Pendengar Radio di Malaysia*
- 86 *Pendengaran Radio Menguasai Audio Dalam Kereta*
- 87 *Penyiaran Radio dalam Era Digital*
- 89 **Perbelanjaan Pengiklanan (ADEX)**
- 89 *Pengiklanan Internet*



Bab ini mengemukakan analisis dan maklumat mengenai pertumbuhan penggunaan media dengan membuat perbandingan secara sejangat dan di negara-negara terpilih. Bab ini juga menggambarkan landskap penyiaran yang mencabar di Malaysia, iaitu anjakan paradigma penontonan TV kepada penstriman dalam talian OTT dan pengiklanan digital. Perkara yang paling penting, bab ini menyorot perjalanan dan Penamatan Siaran TV Analog (*Analogue Switch Off*) di Malaysia.

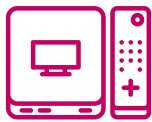
# SOROTAN UTAMA TAHUN 2019



Projek rintis Penutupan Siaran TV Analog (ASO) di Pulau Langkawi Bermula pada 21 Julai 2019



Platform DTT **14 saluran TV dan 6 stesen radio**



Kotak Dekoder (STB) percuma untuk isi rumah golongan B40 Pengagihan sebanyak **dua juta**



Langganan TV Berbayar **7.12 juta** ↑ **0.6%** (2018: 7.08 juta)



Sirius TV pemberi perkhidmatan TV Berbayar satelit baru di Malaysia



Pendengar Radio mencecah **97%** daripada penduduk Semenanjung Malaysia

# GAMBARAN KESELURUHAN LANDSKAP MEDIA

## PENGUNAAN INTERNET TERUS MENINGKAT

Penggunaan Internet global semakin meningkat sejak beberapa tahun kebelakangan ini, mencatatkan purata penggunaan harian 2 jam 50 minit pada tahun 2019, meningkat daripada 2 jam 3 minit yang direkodkan pada tahun 2015 (Rajah 4.1). Pertumbuhan ini sebahagian besarnya dipacu oleh penggunaan Internet yang lebih tinggi dan platform mudah alih yang tersebar luas (Rajah 4.2).

Dalam tempoh lima tahun, penggunaan TV tradisional mencatatkan penurunan marginal sebanyak 3 minit kepada 2 jam 47 minit sehari pada tahun 2019. Sebaliknya, radio kekal konsisten dengan pendengaran sehingga satu jam sehari.

### Penggunaan Media Global pada tahun 2019



**Internet:**  
**Purata harian**  
**sebanyak**  
**2 jam 50 minit**  
 (2018: 2 jam 41 minit)



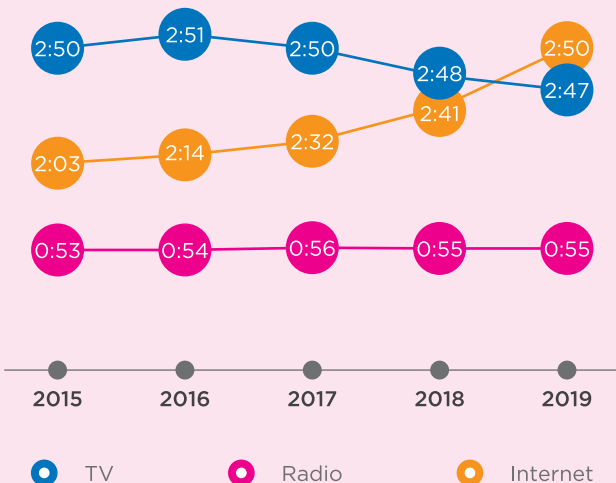
**TV:**  
**Purata harian**  
**sebanyak**  
**2 jam 47 minit**  
 (2018: 2 jam 48 minit)



**Radio:**  
**Purata harian**  
**sebanyak**  
**55 minit**  
 (2018: 55 minit)

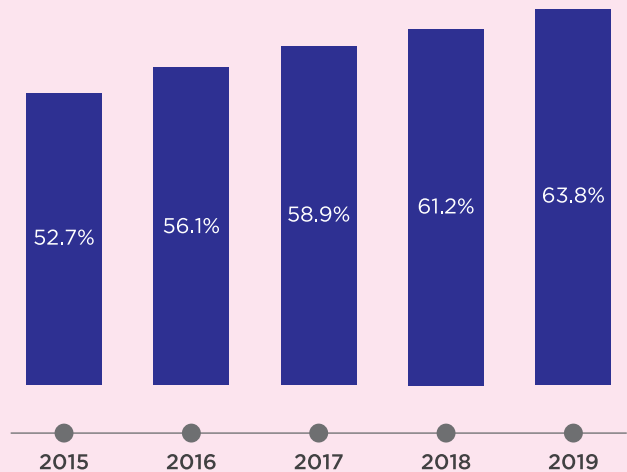
#### PENGUNAAN MEDIA 2015 - 2019: GLOBAL

Masa Yang Diluangkan (jam dan minit)



Sumber: Zenith, Media Consumption Forecast 2019  
 Rajah 4.1 Penggunaan Media 2015 - 2019: Global

#### PENEMBUSAN PENGGUNA INTERNET TELEFON MUDAH ALIH DI SELURUH DUNIA 2015 - 2019



Nota: Anggaran untuk tahun 2016 dan seterusnya

Sumber: Statista  
 Rajah 4.2 Penembusan Pengguna Internet Telefon Mudah Alih di Seluruh Dunia 2015 - 2019

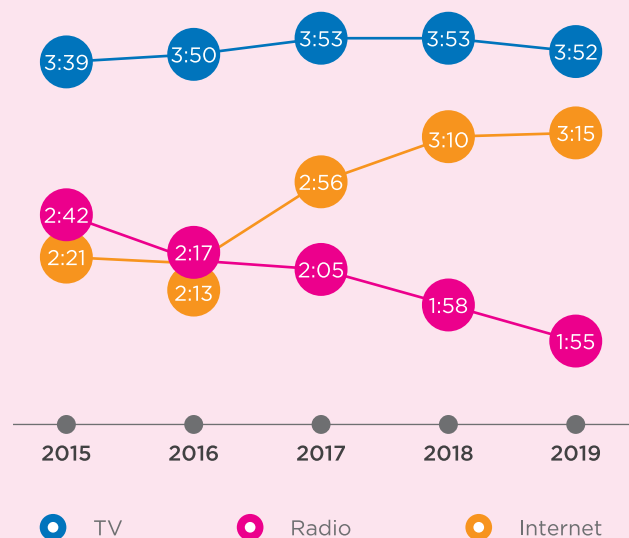


Penggunaan media di Malaysia dan negara-negara terpilih menunjukkan peningkatan dalam penggunaan Internet. Di Hong Kong, Thailand dan UK misalnya, penggunaan Internet lebih tinggi berbanding dengan TV, sementara rakyat Malaysia dan Amerika Syarikat lebih gemar menonton TV berbanding melayari Internet.

Tempoh penggunaan Internet merangkumi semua aktiviti dalam talian seperti menonton TV dan kandungan video. Penonton hari ini menggunakan kandungan video melalui pelbagai platform seperti menonton TV dan peranti lain seperti telefon pintar dan komputer riba.

#### PENGGUNAAN MEDIA 2015 - 2019: MALAYSIA

Masa Yang Duluangkan (jam dan minit)

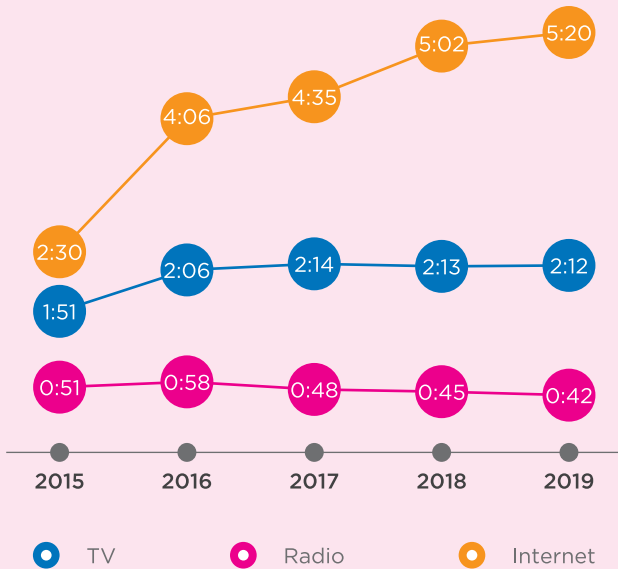


Sumber: Zenith, Media Consumption Forecast 2019  
Rajah 4.3 Penggunaan Media 2015 - 2019: Malaysia

PENGUNAAN MEDIA 2015 - 2019: NEGARA-NEGARA TERPILIH

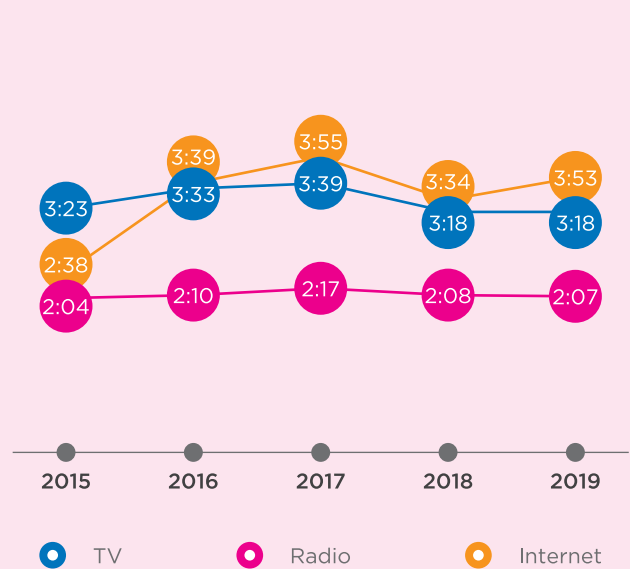
Hong Kong

Masa Yang Diluangkan (jam dan menit)



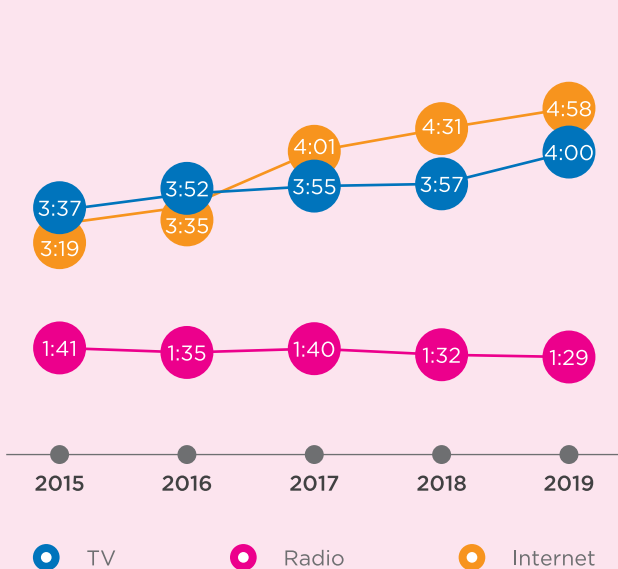
Thailand

Masa Yang Diluangkan (jam dan menit)



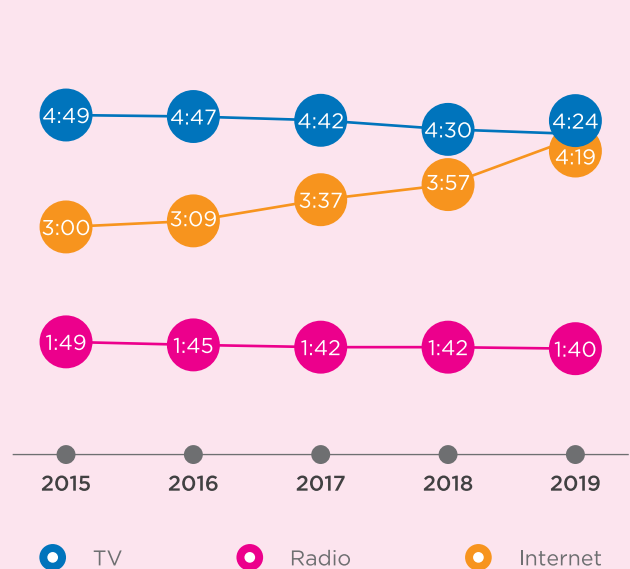
United Kingdom

Masa Yang Diluangkan (jam dan menit)



Amerika Syarikat

Masa Yang Diluangkan (jam dan menit)



Sumber: Zenith, Media Consumption Forecast 2019  
Rajah 4.4 Penggunaan Media 2015 - 2019: Negara-negara Terpilih

# FASA BARU INDUSTRI PENYIARAN

## PERKEMBANGAN TV FTA DI MALAYSIA

Sejarah penyiaran TV di Malaysia bermula sejak tahun 1963 apabila Radio Televisyen Malaysia (RTM) memulakan stesen TV pertamanya dalam warna hitam dan putih. Sejak itu, industri penyiaran berkembang dengan siaran warna dan kemunculan stesen TV swasta pada era analog. Setelah 56 tahun, tahun 2019 menyaksikan peristiwa penting dalam sejarah penyiaran Malaysia apabila Malaysia beralih ke penyiaran TV digital, seperti 60 negara lain di seluruh dunia.

Peralihan kepada penyiaran digital atau penamatan siaran TV analog (ASO) merupakan antara inisiatif utama di bawah agenda transformasi digital Malaysia untuk memacu negara ke arah pendigitalan dan memanfaatkan penggunaan spektrum 700MHz. Seperti yang lazim di seluruh dunia, spektrum ini digunakan untuk siaran TV Bebas-ke-Udara (FTA). Jalur 700MHz dianggap sebagai bahagian spektrum penting yang dikenal pasti untuk penggunaan 5G yang akan membolehkan sebuah negara meningkatkan penggunaannya ke arah Ekonomi Digital.

### LEBIH SALURAN PADA PLATFORM TV TERESTRIAL DIGITAL BERBANDING DENGAN ANALOG



Sumber: MCMC

Rajah 4.5 Lebih Saluran pada Platform TV Terestrial Digital berbanding dengan Analog

## PROJEK RINTIS ASO DI PULAU LANGKAWI

Kempen ASO yang agresif dilaksanakan dalam dua gelombang semasa projek rintis ASO di Pulau Langkawi. Gelombang 1 dijalankan dari 9 Mei hingga 10 Julai 2019 secara intensif untuk agar beralih ke perkhidmatan TV Digital. Selepas itu, Gelombang 2 dilaksanakan dari 11 Julai hingga 20 Julai 2019 sebagai pengumuman tarikh akhir muktamad untuk peralihan daripada platform TV analog kepada digital pada 21 Julai 2019.

Skrin statik pada saluran analog TV1, TV2 dan TV3 di Pulau Langkawi telah disiarkan dari pemancar TV analog di Gunung Raya. Skrin statik ditayangkan selama seminggu dari 21 hingga 28 Julai 2019 bertujuan menggesa mereka yang belum beralih ke platform TV digital agar berbuat demikian dengan segera.

Ekoran daripada kejayaan projek rintis ASO di Pulau Langkawi, peralihan dilanjutkan ke wilayah-wilayah lain dalam beberapa fasa.



Projek rintis Penutupan Siaran TV Analog (ASO) di Pulau Langkawi Bermula pada 21 Julai 2019

## FASA PELAKSANAAN ASO DI SELURUH NEGARA

Peralihan TV Analog kepada TV Digital telah berjaya dilaksanakan melalui 4 Fasa, dengan melibatkan sejumlah 105 pemancar TV analog telah ditutup di wilayah berikut di seluruh negara:

<b>FASA 1</b>	Pelancaran projek rintis ASO di Pulau Langkawi pada 21 Julai 2019, melibatkan penutupan satu tapak pemancar TV analog.
<b>FASA 2</b>	Pelaksanaan ASO di Wilayah Tengah dan Selatan pada 30 September 2019 melibatkan penutupan sebanyak 13 tapak pemancar TV analog.
<b>FASA 3</b>	Pelaksanaan ASO di wilayah Utara dan Pantai Timur pada 14 Oktober 2019, melibatkan penutupan sebanyak 49 tapak pemancar TV analog dan pada masa yang sama menandakan tamatnya siaran TV analog di Semenanjung Malaysia.
<b>FASA 4</b>	Pelaksanaan ASO di Sabah dan Sarawak pada 31 Oktober 2019, melibatkan penutupan sebanyak 42 tapak pemancar TV analog dan menandakan tamatnya siaran TV analog di Malaysia.

Sepanjang tempoh peralihan, RTM dan Media Prima telah menyiarkan mesej peralihan selama satu minggu bertujuan menggesa para penonton untuk beralih kepada siaran TV digital myFreeview, untuk setiap fasa berikut seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 4.6:

### MESEJ PERALIHAN ASO

The image displays four posters for the ASO transition phases, each with a pink header and a blue background. The posters are arranged in a 2x2 grid.

- FASA 1:** SIARAN TV ANALOG TELAH DITAMATKAN DI PULAU LANGKAWI. SI LA BERALIH KEPADA myFreeview. Untuk maklumat lanjut, sila layari [www.myFreeview.tv](http://www.myFreeview.tv) atau hubungi 1800-18-1088. Langkah 1: Sambungkan Dekoder DVB-T2 dan Aerial UHF pada TV anda. Langkah 2: Sambungkan Aerial UHF pada IDTV anda.
- FASA 2:** SIARAN TV ANALOG TELAH BERALIH KEPADA SIARAN TV DIGITAL MYFREEVIEW DI WILAYAH TENGAH & SELATAN SEMENANJUNG MALAYSIA. Untuk maklumat lanjut, sila layari [www.myFreeview.tv](http://www.myFreeview.tv) atau hubungi 1800-18-1088. Langkah 1: Sambungkan Dekoder DVB-T2 dan Aerial UHF pada TV anda. Langkah 2: Sambungkan Aerial UHF pada IDTV anda.
- FASA 3:** SIARAN TV ANALOG TELAH BERALIH KEPADA SIARAN TV DIGITAL MYFREEVIEW DI WILAYAH UTARA DAN PANTAI TIMUR SEMENANJUNG MALAYSIA. Untuk maklumat lanjut, sila layari [www.myFreeview.tv](http://www.myFreeview.tv) atau hubungi 1800-18-1088. Langkah 1: Sambungkan Dekoder DVB-T2 dan Aerial UHF pada TV anda. Langkah 2: Sambungkan Aerial UHF pada IDTV anda.
- FASA 4:** SIARAN TV ANALOG TELAH BERALIH KEPADA SIARAN TV DIGITAL MYFREEVIEW DI SABAH DAN SARAWAK. Untuk maklumat lanjut, sila layari [www.myFreeview.tv](http://www.myFreeview.tv) atau hubungi 1800-18-1088. Langkah 1: Sambungkan Dekoder DVB-T2 dan Aerial UHF pada TV anda. Langkah 2: Sambungkan Aerial UHF pada IDTV anda. Langkah 3: Sambungkan Dekoder DTH dan Piring DTH pada TV anda.

Sumber: myFreeview

Rajah 4.6 Mesej peralihan ASO



Selepas tempoh satu minggu, pemancar TV analog ditutup buat selama-lamanya. Penonton yang menonton siaran TV analog dan belum beralih kepada siaran TV digital myFreeview hanya akan menerima skrin hitam dengan titik putih seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 4.7:

#### SKRIN TV PADA SIARAN TV ANALOG SELEPAS ASO



Sumber: MCMC

Rajah 4.7 Skrin TV pada siaran TV analog selepas ASO

## PENAWARAN TV UTAMA

Rajah 4.8 menunjukkan penawaran TV utama di Malaysia. Perhatikan bahawa, stesen TV FTA pada platform DTT menjana hasil daripada pengiklanan dan penajaan, manakala sebahagian besar hasil TV Berbayar diperoleh daripada yuran langganan.

### TAWARAN TV UTAMA DI MALAYSIA 2019

Pemberi Perkhidmatan		Platform		Model Perniagaan Teras	Perkhidmatan			Bilangan Saluran
		Rangkaian Teras	Perkhidmatan OTT		Kandungan	Jalur Lebar	Suara	
Terrestrial FTA TV	Media Prima	DTT	Ya	Pengiklanan dan Penajaan	/	x	x	6
	TV AlHijrah	DTT	Ya		/	x	x	1
	Bername News Channel	DTT	Ya		/	x	x	1
TV Satelit	ASTRO	DTH dan Satelit	Ya	Langganan TV Berbayar dan perkhidmatan TV satelit percuma	/	x	x	211 termasuk 75 saluran berjenama ASTRO
IPTV	ASTRO Maxis IPTV	Gentian Optik	Ya		/	/	/	
	ASTRO TIME IPTV	Gentian Optik	Ya		/	/	/	
	TM	Gentian Optik	Ya	Telekomunikasi dan perkhidmatan berkaitan	/	/	/	79 saluran
ADSL		Ya	/		/	/		

Nota 1. DTT atau DTTB – Penyiaran TV Terrestrial Digital; DTH – Terus ke Rumah

2. TV AlHijrah dan Bernama News Channel dimiliki Kerajaan

Sumber: MCMC

Rajah 4.8 Tawaran TV Utama di Malaysia 2019

## PENYIARAN DIGITAL myFreeview

“myFreeview” merupakan jenama bagi perkhidmatan TV terestrial digital (DTT) di Malaysia, yang menawarkan saluran TV dan radio secara percuma tanpa yuran langganan.

Penyiaran TV digital myFreeview menawarkan kualiti audio dan gambar yang lebih jelas dalam definisi standard (SD) dan definisi tinggi (HD). Selain itu, para penonton dapat menikmati panduan rancangan elektronik (EPG), sari kata dalam pelbagai bahasa dan juga ciri TV interaktif dalam masa terdekat.

Sehingga kini, terdapatnya sejumlah 14 saluran TV dan enam stesen radio pada platform ini.



Platform DTT  
14 saluran TV dan  
6 stesen radio

### SALURAN TV DAN RADIO PADA PLATFORM MYFREEVIEW

Pemberi Perkhidmatan	Saluran TV	Saluran Radio
RTM	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV1 (HD)</li> <li>• TV2 (HD)</li> <li>• TV OKEY (HD)</li> <li>• RTM Sports (HD)</li> <li>• Saluran Berita RTM (HD)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nasional FM</li> <li>• Minnal FM</li> <li>• Traxx FM</li> <li>• Ai FM</li> <li>• Asyik FM</li> <li>• Klasik Nasional</li> </ul>
Media Prima	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TV3 (HD)</li> <li>• NTV7</li> <li>• TV8</li> <li>• TV9</li> <li>• CJ Wow Shop (Bahasa Malaysia)</li> <li>• CJ Wow Shop (Bahasa Cina)</li> </ul>	-
Alhijrah Media Corporation	TV AlHijrah (HD)	-
Bernamea	BNC	-
ASTRO	Go Shop (HD)	-

Sumber: MCMC

Rajah 4.9 Saluran TV dan Radio pada Platform myFreeview

Teknologi DTT adalah lebih cekap dari segi penggunaan spektrum berbanding dengan pemancaran TV analog. Sebagai contoh, satu jalur frekuensi hanya dapat memancar satu saluran TV analog manakala jalur frekuensi yang sama boleh memancar sehingga 13 saluran SD dengan menggunakan teknologi DTT. Oleh kerana TV digital membolehkan lebih banyak saluran disiarkan, para penonton berpeluang menonton pelbagai kandungan melalui pelbagai jenis saluran.

# PROJEK PENDIGITALAN PENYIARAN NASIONAL

## PELAKSANAAN INFRASTRUKTUR PENYIARAN TELEVISYEN TERESTRIAL DIGITAL (DTT)

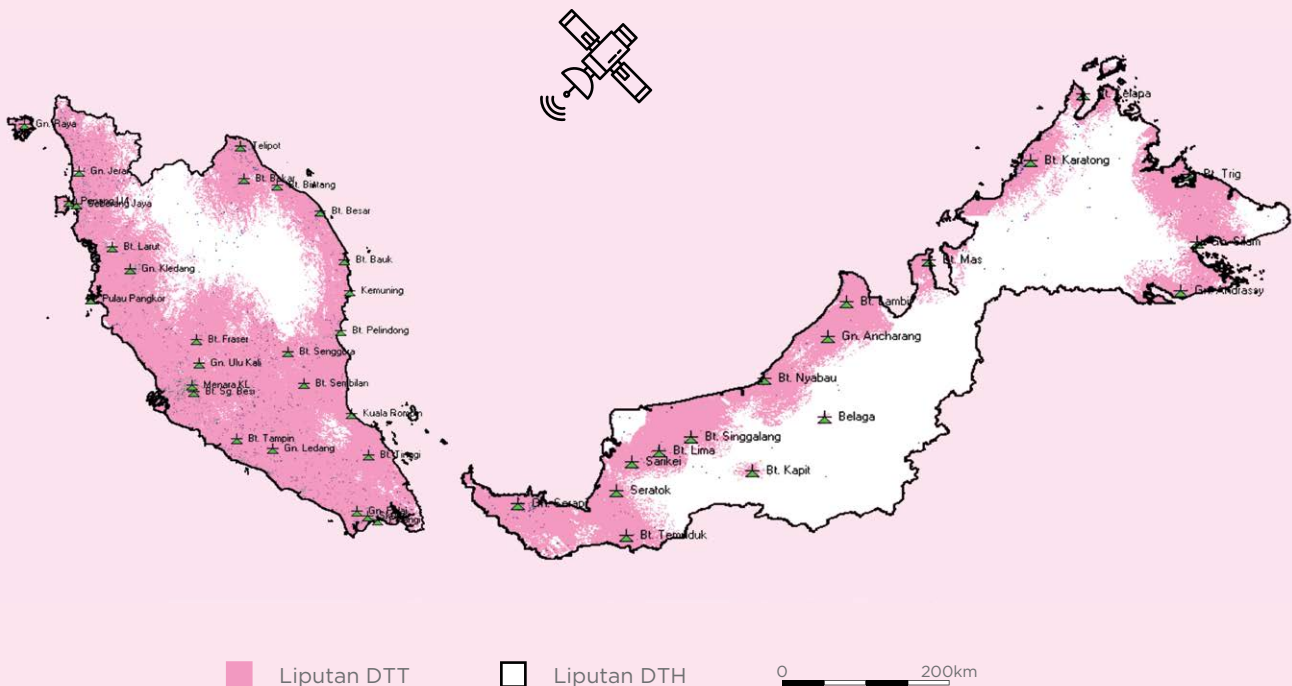
Di bawah Projek Pendigitalan Penyiaran Nasional, MYTV Broadcasting Sdn Bhd (MYTV) telah menyiapkan pelaksanaan infrastruktur dan kemudahan DTT yang merangkumi hab penyiaran multimedia digital (DMBH), pemancar TV digital yang disokong oleh rangkaian Terus ke Rumah (DTH) di seluruh negara.

MYTV telah dilantik oleh Suruhanjaya melalui tender sebagai Penyedia Prasarana Umum Bersepadu (CIIP) pada April 2014 untuk membina, mengendalikan dan mengurus infrastruktur perkhidmatan DTT di Malaysia selama tempoh 30 tahun.

Pada tahun 2019, MYTV telah melaksana dan melengkapkan kesemua 44 buah tapak pemancar TV digital di seluruh negara yang meliputi 95.3% daripada penduduk.

Untuk sampai ke titik buta dan kawasan terpencil di negara ini, MYTV telah melancarkan perkhidmatan DTH melalui pengagihan satelit<sup>21</sup> pada 15 November 2018 untuk melengkapkan liputan DTT. Dengan itu, ia memberikan liputan sehingga 100% di seluruh negara.

### TAPAK PEMANCAR TV DIGITAL TV YANG DILAKSANA



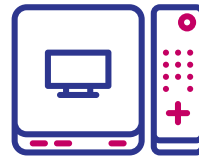
Sumber: MCMC  
Rajah 4.10 Digital TV Transmitter Sites Deployed

<sup>21</sup> Sebagai rujukan, banyak negara di seluruh dunia iaitu United Kingdom, Chile, Finland, Perancis dan Itali telah berjaya melaksanakan penyelesaian DTH untuk melengkapkan liputan DTT.

## PENGAGIHAN KOTAK DEKODER KEPADA ISI RUMAH GOLONGAN B40

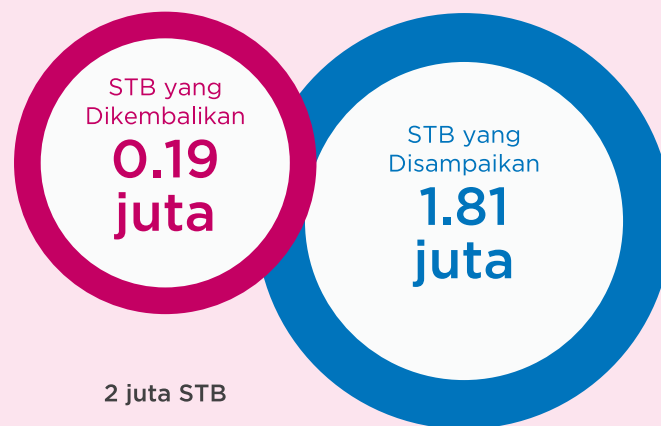
Bagi memudahkan proses peralihan digital dan memastikan tontonan TV Bebas-ke-Udara (FTA) yang berterusan, MYTV telah memberikan komitmen dalam Pelan Perniagaan Terperinci mereka untuk mengagihkan sebanyak dua juta Kotak Dekoder (STB) percuma kepada isi rumah golongan B40 yang layak menerimanya<sup>22</sup>.

Sehingga 11 Disember 2019, MYTV berjaya menyampaikan sebanyak 1.81 juta STB manakala sebanyak 0.19 juta STB telah dikembalikan atas pelbagai faktor seperti alamat yang tidak lengkap, penerima yang telah meninggal dunia dan penolakan STB oleh penerima yang layak.



Kotak Dekoder (STB) percuma untuk isi rumah golongan B40 Pengagihan sebanyak dua juta

### PENGAGIHAN STB KEPADA ISI RUMAH GOLONGAN B40



Sumber: MYTV

Rajah 4.11 Pengagihan STB kepada isi rumah golongan B40

MYTV telah mengagihkan dua jenis STB kepada isi rumah golongan B40, iaitu STB DTT dan STB DTH, selaras dengan kawasan yang diduduki oleh isi rumah golongan B40.

Pengguna yang tidak layak menerima STB percuma daripada MYTV masih dapat menikmati siaran TV digital myFreeview, dengan membeli pelbagai jenis STB di pasaran yang terdapat di kedai peralatan elektrik termasuk pasaran dalam talian seperti [www.myfreeview.tv](http://www.myfreeview.tv), Shopee dan Lazada.

Pengguna dinasihati agar membeli STB yang diperakui oleh SIRIM serta mengandungi label MCMC.

### JENIS STB UNTUK ISI RUMAH GOLONGAN B40



Sumber: myFreeview, MYTV

Rajah 4.12 Jenis STB untuk isi rumah golongan B40

<sup>22</sup> Rakyat Malaysia digolongkan kepada tiga kumpulan pendapatan yang berbeza: Golongan 20% Teratas (T20) dengan pendapatan bulanan yang melebihi RM9,619; Golongan 40% Pertengahan (M40) dengan pendapatan bulanan antara RM4,360 - RM9,619 dan Golongan 40% Terbawah (B40) dengan pendapatan bulanan yang kurang daripada RM4,360.

Sebagai alternatif, pengguna boleh mendapatkan TV Digital Bersepadu yang terdapat di pasar raya dan kedai dalam talian untuk menonton perkhidmatan TV digital myFreeview:

- Set TV Digital Bersepadu (iDTV) dengan label DTTV yang diperakui oleh SIRIM dilengkapi dengan penalaan digital yang terbina di dalamnya. Oleh itu, set ini tidak memerlukan STB yang berasingan untuk menerima perkhidmatan myFreeview<sup>23</sup>.

Di antara tahun 2016 dan 2019, sebanyak 260,000 STB DTT dan 3 juta set iDTV telah disediakan untuk tujuan komersial.

### PENERIMA MULTIMEDIA DIGITAL: TV DIGITAL BERSEPADU (IDTV)



Sumber: myFreeview

Rajah 4.13 Penerima Multimedia Digital: TV Digital Bersepadu (IDTV)

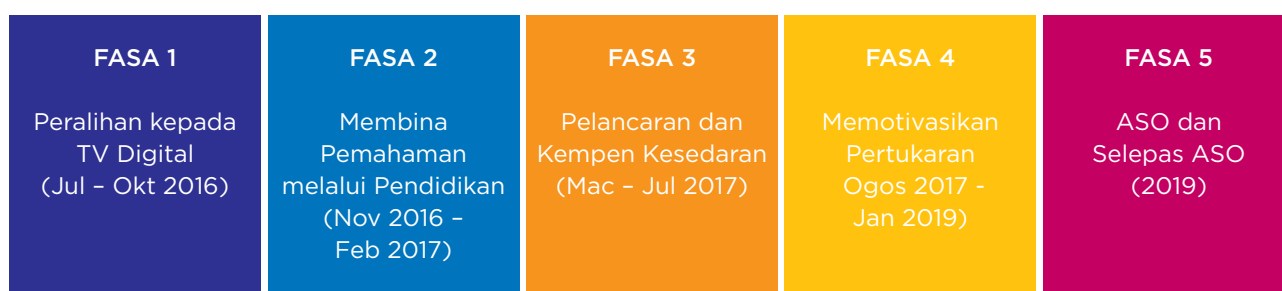
## KEMPEN PENDIDIKAN DAN KESEDARAN KE ARAH ASO

Sejak tahun 2015, penyiar TV FTA telah bekerjasama dengan MCMC dan MYTV untuk mempromosi dan mewujudkan jenama dan perkhidmatan myFreeview. Kempen pendidikan dan kesedaran yang komprehensif telah dilaksanakan secara intensif melalui pelbagai platform media yang merangkumi TV, radio, suratkhbar, rancangan bual bicara, sebutan juruacara (host mention), pengiklanan luar,

siaran akhbar, edaran risalah, pemasaran digital, penglibatan aktiviti luar dan media sosial, serta pengumuman khidmat awam melalui stesen TV dan radio.

Kempen pendidikan dan kesedaran telah dilaksanakan dalam lima fasa seperti yang ditunjukkan dalam Rajah 4.14.

### KEMPEN PENDIDIKAN DAN KESEDARAN



Sumber: MCMC

Rajah 4.14 Kempen Pendidikan dan Kesedaran

Fasa 1, 2 dan 3 kempen pendidikan dan kesedaran telah dilaksanakan sejak tahun 2016 untuk mewujudkan kesedaran dan memantapkan kedudukan jenama myFreeview di kalangan masyarakat. Fasa 4 dan 5 dilaksanakan dari tahun 2017 hingga 2019 bertujuan menggalakkan orang ramai untuk beralih kepada platform TV Digital sebelum tarikh akhir peralihan daripada platform TV analog kepada digital.

Pengguna boleh mendapatkan maklumat lanjut daripada Pusat Khidmat Pelanggan MYTV yang diwujudkan untuk mengendalikan segala pertanyaan termasuk berkaitan sokongan teknikal, semakan kelayakan untuk menerima STB secara percuma, pelaksanaan ASO dan hal-hal lain yang berkaitan dengan myFreeview.

<sup>23</sup> Sehingga ini, terdapatnya sebanyak 1,144 model daripada 20 jenama iDTV yang boleh dibeli, iaitu Sony, Toshiba, Panasonic, Samsung, Sharp, Singer, LG, Philips, Hisense, Daewoo, Skyworth, Haier, TCL, A&S, iSONIC, Daema, HITEC, Pensonic, AOC dan COOCA.

## PASCA ASO

Setelah selesai proses ASO di seluruh negara pada 31 Oktober 2019, MCMC melanjutkan kempen pasca ASO melalui TV, radio, suratkhbar, media sosial dan pawagam sehingga 31 Disember 2019 bagi memastikan orang ramai mendapatkan STB yang diperakui dan menghubungi talian bebas tol myFreeview untuk mendapatkan bantuan jika perlu.

Kejayaan pelaksanaan ASO dianggap sebagai hasil usaha pelbagai pihak pemegang taruh dalam kempen kesedaran yang intensif dan meluas untuk memastikan peralihan yang lancar daripada TV analog kepada digital.

## PEMBERI PERKHIDMATAN DI MALAYSIA

### TV FTA

### MEDIA PRIMA

Media Prima merupakan kumpulan media bersepadu yang merangkumi stesen TV, cetakan, stesen radio, pewujudan kandungan, pengiklanan luar dan media digital. Antara strategi Media Prima termasuk mempergiatkan pelaburan dalam kandungan digital dan meningkatkan hasil dagang melalui media bersepadu, sementara mengekalkan perniagaan media tradisionalnya.

#### MEDIA PRIMA FOCUS AREAS 2019

##### Segmen Tradisional

- Terus menerbitkan rancangan berkualiti tinggi dan mengedarkannya melalui pelbagai platform
  - a. Mengekalkan “kedudukan penyiaran utama” dengan kesemua 4 stesen TV utama yang menguasai bahagian pasaran sebanyak 34.5%<sup>1</sup>
  - b. Jumlah kumulatif perpustakaan kandungan: 30,000 jam

##### Segmen Digital

- Meningkatkan aliran hasil digital melalui inisiatif perniagaan strategik
  - a. Media Prima dalam kedudukan 3 teratas selepas Google dan Facebook untuk kandungan mudah alih<sup>2</sup>



- b. Jangkauan Digital Yang Tinggi Melalui Pelbagai Platform<sup>3</sup>
  - 14.3 juta muat turun bagi mudah alih
  - 53.8 juta purata bulanan paparan halaman

##### Dagangan

- Menayangkan lebih banyak jam siaran membeli-belah dari rumah pada rangkaian TV untuk pengewangan yang lebih baik

##### Lain-lain

- Berusaha untuk mengembangkan e-Sukan, dan memperhubungkan komuniti permainan, daripada pemain sambilan kepada jenama korporat

Nota 1: Sumber daripada Media Prima; Nielsen Audience Measurement (Januari – Disember 2019)

Nota 2: Sumber daripada Media Prima, Comscore MMX September 2019

Nota 3: Sehingga 31 Disember 2019

Sumber: MCMC, Media Prima

Rajah 4.15 Bidang Tumpuan Media Prima 2019

Pada tahun 2019, Media Prima telah menjalinkan kerjasama dengan Grabbyo, platform video berasaskan awan yang dibina untuk bersiaran secara langsung, melalui perkhidmatan OTT, mudah alih dan sosial, untuk meningkatkan strategi video sosial dan memperkukuhkan kedudukannya dalam pasaran kandungan digital. Platform video dijangka membolehkan Media Prima memperluas dan menginovasi strategi berkaitan video sosial yang bersiaran secara langsung dan ‘masa sebenar’.

Tahun tersebut juga menyaksikan Media Prima memperuntukkan lebih banyak waktu siaran membeli-belah dari rumah di saluran TV9 dan ntv7. Usaha tersebut membuahkan hasil apabila Media Prima mencatatkan hasil yang lebih tinggi untuk segmen ini, iaitu sebanyak RM271 juta pada tahun 2019, meningkat sebanyak 9% daripada RM249 juta pada tahun 2018.

### Kandungan Platform Digital

Pada Ogos 2018, Media Prima mengumumkan bahawa perkhidmatan tonton ditawarkan tanpa kos, menamatkan model video langganan atas permintaan (SVOD) dan telah menjalinkan kerjasama dengan laman sesawang perkongsian video iaitu YouTube dan Dailymotion. Hasilnya, pada tahun 2019, Media Prima menyatakan bahawa saluran

rangkaian TV di YouTube menarik jumlah purata bulanan sebanyak 110 juta tontonan, sementara “TV3 Malaysia” merupakan antara saluran YouTube Malaysia yang paling banyak ditonton. Tumpuannya pada masa ini ialah kerjasama dengan YouTube serta penjualan kandungan strategik kepada penyedia perkhidmatan OTT yang lain.

## BERNAMA NEWS CHANNEL

Bername News Channel atau BNC merupakan rangkaian TV berita. Ia dimiliki oleh BERNAMA, agensi berita kerajaan. Sebelum pelaksanaan platform DTT, BNC bersiaran melalui platform IPTV ASTRO dan TM.

Pada 15 Oktober 2019, BNC menyusun semula kandungannya dan memperkenalkan beberapa rancangan baru seperti berikut:

<b>5 Utama</b>	5 berita utama (Umum, Antarabangsa, Perniagaan, Sukan, Hiburan dan ICT)
<b>Khabar Pagi BERNAMA</b>	Susulan kepada berita utama hari sebelumnya dan berita penting terkini
<b>Koresponden BERNAMA</b>	Berita daripada wartawan BERNAMA di seluruh negara dan wartawan di Jakarta, Singapura dan Bangkok
<b>BERNAMA Global</b>	Berita antarabangsa utama

Tambahan pula, BERNAMA mendahului penyiar yang lain dan menjadi pelopor dalam ‘Siaran Langsung Kebangsaan Pelbagai Bahasa Tanpa Henti Paling Lama’ dan disiarkan secara langsung selama 24 jam semasa sambutan Hari Malaysia pada 16 September 2019. Sementara itu, rangkaian TV berita tersebut menyatakan bahawa ‘Buletin BERNAMA’ meraih hasil pengiklanan yang terbesar dengan jumlah purata seramai 6,200 penonton setiap minit.

## TV ALHIJRAH

AlHijrah Media Corporation menyediakan stesen TV dengan penyiaran kandungan Islam, AlHijrah, yang menyasarkan penonton Islam dan juga bukan Islam. Rancangan keagamaan iaitu 'Langsung Dari Masjidil Haram', yang menyiarkan doa dari Mekah secara langsung merupakan rancangan TV yang paling banyak ditonton pada saluran ini. Sementara itu, 'Jom Dengar Cerita,' sebuah rancangan bicara kanak-kanak, juga popular pada saluran ini.

Pada tahun 2019, kajian yang dijalankan oleh Nielsen menunjukkan bahawa stesen itu meraih 1.4 juta penonton. Melangkah ke hadapan pada tahun 2020, TV Alhijrah merancang untuk menyebarkan kandungannya melalui platform media sosial, laman sesawang dan lain-lain.

## TV BERBAYAR

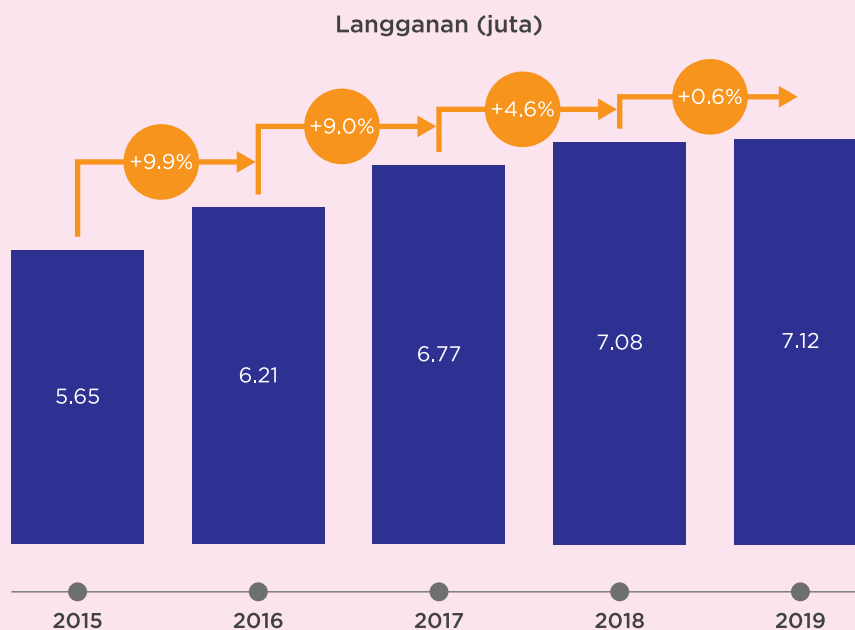
Di Malaysia, langganan TV Berbayar secara keseluruhan menunjukkan trend yang menaik walaupun mengalami pertumbuhan lebih perlahan berbanding dengan tahun-tahun sebelumnya (Rajah 4.16).

Sehingga akhir tahun 2019, jumlah langganan TV Berbayar meningkat sebanyak 0.6% kepada 7.12 juta daripada 7.08 juta pada tahun 2018. Dari segi penembusan isi rumah, jumlah langganan telah mencecah 86.3% atau 7.10 juta isi rumah.



Langganan  
TV Berbayar  
7.12  
juta ↑ 0.6%  
(2018: 7.08 juta)

### LANGGANAN TV BERBAYAR 2015 - 2019



Sumber: MCMC

Rajah 4.16 Langganan TV Berbayar 2015 - 2019



## ASTRO

ASTRO merupakan jenama yang dikenali ramai dalam pasaran TV Berbayar bersama dengan pemberi perkhidmatan TV FTA yang lain. ASTRO mempunyai 5.7 juta langganan sehingga bulan Januari 2020, menurun sebanyak 0.2% berbanding 5.71 juta yang direkodkan pada tahun sebelumnya. Walaupun mencatatkan jumlah langganan lebih rendah berbanding tahun sebelumnya, ARPU bagi ASTRO konsisten pada RM100 (FYE Jan 2019: RM99.9).

Sehingga bulan Januari 2020, ASTRO mempunyai 211 saluran, manakala 29 saluran boleh ditonton melalui NJOI, iaitu perkhidmatan *freemium* tanpa langganan.

ASTRO memberikan tumpuan untuk memperkukuh perniagaan utamanya iaitu TV Berbayar dan NJOI, dengan memberikan keutamaan kepada pelanggan, kandungan dan pengalaman pelanggan. ASTRO telah membuktikan kemampuan mereka untuk terus kekal relevan melalui penawaran kandungan yang berbeza iaitu Harta Intelektual vernakular (*vernacular Intellectual Properties*), rancangan asal Asia dan siaran langsung sukan (Rajah 4.17).

### TAWARAN KANDUNGAN ASTRO

#### Vernakular Tempatan

- *Box office*: BoboiBoy Movie 2, Sangkar
- Harta intelektual istimewa utama: Maharaja Lawak Mega 2019, Big Stage, Evening Edition

#### Antarabangsa

- Kerjasama strategik dengan HBO untuk melancarkan aplikasi HBO GO di Malaysia secara eksklusif, menambah lebih daripada 4,000 jam kandungan HBO kepada perpustakaan kandungan ASTRO

#### Serantau

- Kerjasama strategik dengan iQIYI – platform penstriman No. 1 di China, menyiarkan kandungan baru dalam Bahasa Cina sehingga 28 jam seminggu

#### Sukan

- Liputan acara sukan tempatan dan antarabangsa utama secara langsung
- Rangkaian eGG (saluran e-Sukan), menjadi juruacara untuk pertandingan e-Sukan antarabangsa secara besar-besaran yang pertama di luar negeri

Sumber: ASTRO, MCMC

Rajah 4.17 Tawaran Kandungan ASTRO

Pada tahun 2019, ASTRO mengeksport kandungan untuk menumpukan perhatian kepada komuniti berbahasa Melayu serantau. Rancangan nyanyian kanak-kanak oleh ASTRO, “Omar & Hana” dilesenkan kepada Telkomsel, pengendali telekomunikasi terkemuka di Indonesia, dan kini tersedia pada aplikasi penstriman videonya yang dipanggil MAXstream. ASTRO menyatakan bahawa ia akan meneruskan usahanya untuk mengeksport kandungan, terutamanya rancangan kanak-kanak, kandungan Islamik, e-Sukan dan genre cerita seram.

## PENGALAMAN PELANGGAN MERUPAKAN PEMBEZA PENTING

ASTRO mengetahui bahawa pengalaman pelanggan dapat memberikan kelainan, oleh itu keutamaan perlu diberikan untuk membantu pelanggan mengharungi perubahan landskap dengan lebih berkesan. Naik taraf platform kepada teknologi yang terkini bertujuan untuk mengatasi isu ini dengan menyediakan mobiliti dan kemudahan kandungan, syor yang disatukan dan kotak dekoder (STB) dan skrin lebih kecil yang konsisten dari segi rupa dan bentuk.

### PERKEMBANGAN UTAMA ASTRO 2019

#### Kandungan

- Memperbaharu kandungan dengan memperkenalkan rancangan TV baru
- Saluran TV “pop-up” baru, ‘K-Mania’

#### Perdagangan

- Rancangan membeli-belah dari rumah, GO Shop, telah diperluas kepada TV FTA, menjangkau audiens yang lebih luas

#### Pakej Langganan

- Pakej jalur lebar baru dengan kelajuan yang lebih tinggi sehingga 100mbps diperkenalkan untuk pakej berkelompok DTH dan juga IPTV

#### Peningkatan Teknologi

- Melancarkan Ultra Box, membolehkan pelanggan menikmati hiburan terbaik:
  - UHD 4K
  - Rakaman Awan
  - Play from Start
  - Antara muka baru untuk penontonan yang lancar pada semua skrin
  - Syor kandungan yang dipertingkat
- Ultra Box dan PVR dengan sambungan Internet membolehkan pelanggan untuk melakukan penstriman kepada lebih daripada 50,000 video atas permintaan
- Pengalaman baru pada Astro GO. Ciri-ciri termasuk:
  - Syor yang diperibadikanCadangan peribadi (Personalised recommendation)
  - Kebolehan carian yang dipertingkat @ bertambah baik?
  - Pengkategorian yang bertumpu pada kandungan untuk penemuan kandungan yang lebih baik

Nota: PVR – Rakaman video peribadi

Sumber: ASTRO, MCMC

Rajah 4.18 Perkembangan Utama ASTRO 2019

## UNIFI TV TM

Unifi TV merupakan perkhidmatan IPTV yang ditawarkan oleh TM, menawarkan 79 saluran dengan 20 saluran percuma dan 51 saluran berbayar.

Pada tahun 2019, TM mula menawarkan pakej jalur lebar berkelompok dengan kelajuan lebih tinggi pada 300Mbps dengan 100 filem Blokbuster atas permintaan secara percuma dan Kotak Unifi TV. Kumpulan TM juga menawarkan perkhidmatan atas permintaan dengan rancangan *catch up* daripada saluran yang bersiaran secara langsung, merangkumi lebih daripada 4,000 jam kandungan.

## PEMBERI PERKHIDMATAN BARU

Pada tahun 2019, dua pemegang lesen CASP (I) baru berikut telah menyertai industri penyiaran.

### NEW SERVICE PROVIDERS

#### Sirius TV

Sirius TV ialah penyedia TV Berbayar satelit di Malaysia dan dikendalikan oleh Smart Digital International Sdn Bhd. Sirius TV dilancarkan pada November 2019, setelah hak eksklusif yang diberikan kepada ASTRO untuk menyiarkan kandungan melalui perkhidmatan satelit tamat pada tahun 2017.

Sirius TV menawarkan langganan percuma selama 12 bulan. Walau bagaimanapun, pelanggan perlu membayar yuran sekali sahaja sebanyak RM299 yang merangkumi unit luaran dan STB untuk pemasangan. Sirius TV merancang untuk menawarkan sejumlah 30 saluran.

Sirius TV juga merancang dengan penyiar tempatan seperti Media Prima dan TV AlHijrah untuk mewujudkan saluran premium baru berdasarkan kandungan lama mereka yang diarkib.

#### Enjoy TV

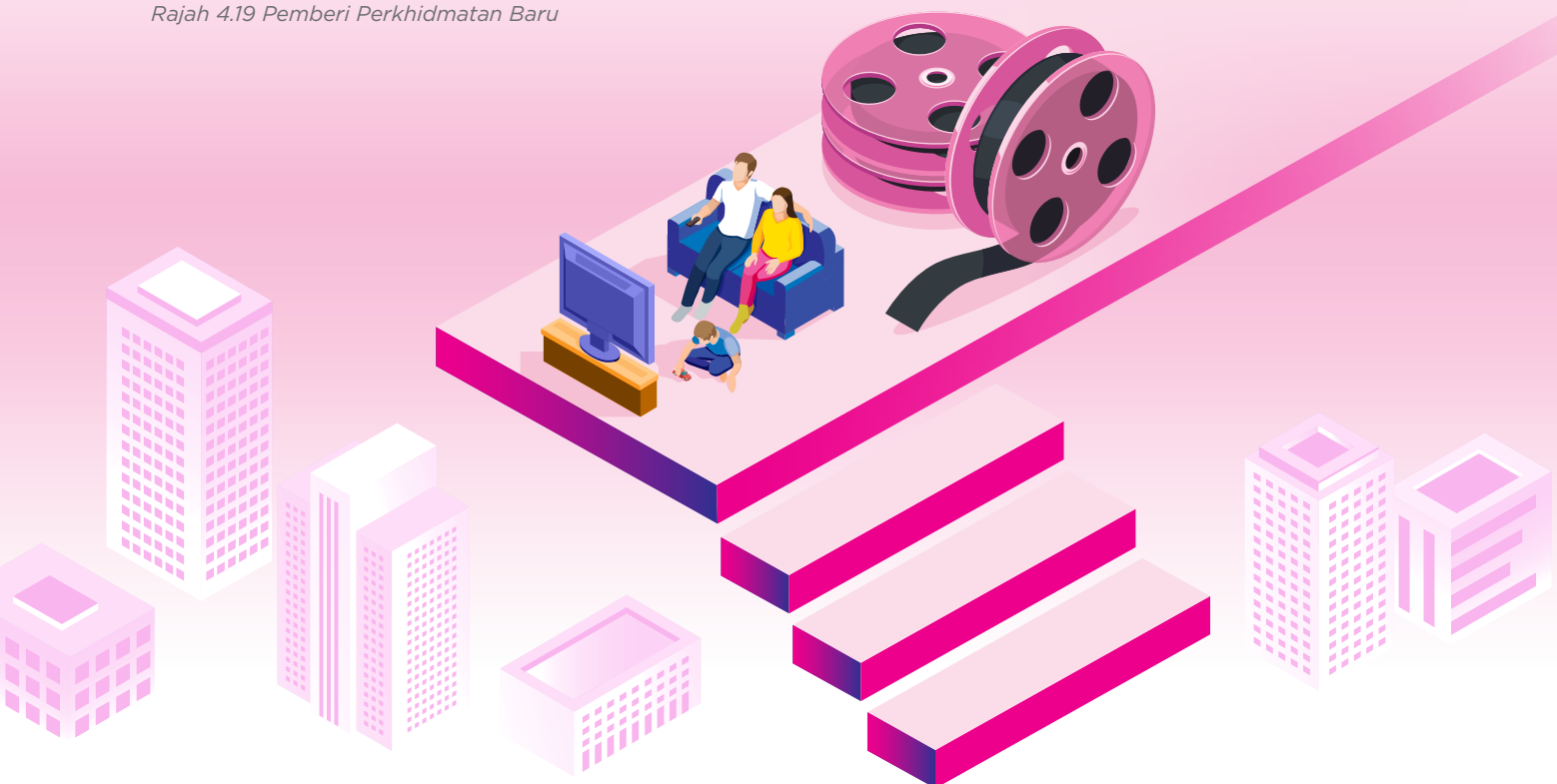
Enjoy TV Holdings Sdn Bhd (Enjoy TV) telah bermula sebagai sebuah syarikat penerbitan, dan kemudiannya memanfaatkan strategi rentas platform dengan menggabungkan media tradisional dan platform media baru. Sejak tahun 2018, syarikat ini telah menjalani proses transformasi dengan menyepadukan e-dagang dengan rancangan membeli-belah dari rumah dan menguji pemancaran terestrial digital.

Pada tahun 2019, Enjoy TV mewujudkan Saluran "Enjoy TV Asia" dan menyiapkan penerbitannya untuk Saluran "Enjoy Shopping".

Enjoy TV dijangka akan menyertai platform myFreeview dalam masa terdekat, membolehkan lebih ramai penonton untuk menikmati kandungannya.

Sumber: MCMC

Rajah 4.19 Pemberi Perkhidmatan Baru

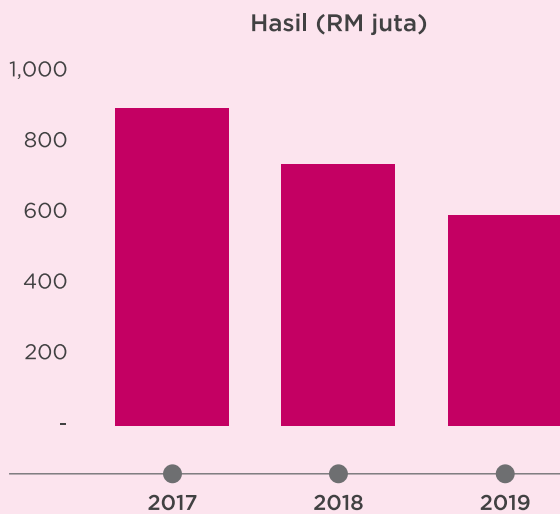


## PERUBAHAN LANDSKAP PENYIARAN

Landskap penyiaran sentiasa berubah. Selain daripada penyiar TV tradisional, terdapat juga pemain baru iaitu pemberi perkhidmatan penstriman/video OTT dan syarikat gergasi teknologi yang membentuk industri penyiaran.

Kemasukan perkhidmatan video OTT mempengaruhi TV FTA dan TV Berbayar dengan pelbagai cara, termasuk hasil iklan, langganan TV Berbayar dan pelaburan teknologi. Seterusnya menyebabkan penurunan dalam kadar tontonan TV tradisional sementara penyedia TV Berbayar mengalami kadar pulangan pelanggan (*churn rate*) yang tinggi, mengakibatkan penurunan hasil bagi pemberi perkhidmatan TV tradisional (Rajah 4.20 dan Rajah 4.21).

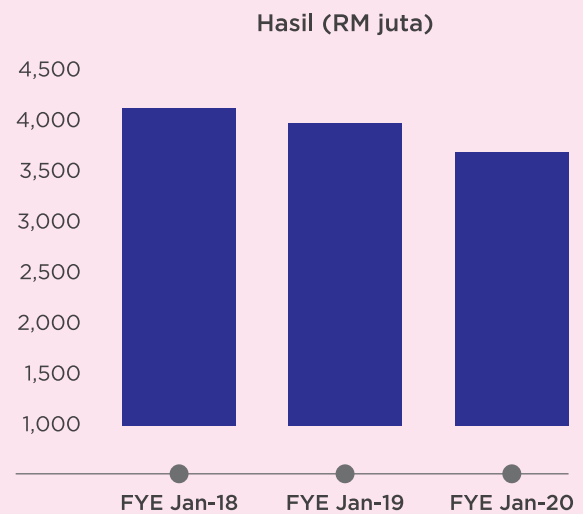
**HASIL PENGIKLANAN TV 2017 - 2019**



*Nota: Media Prima FYE Disember; ASTRO FYE Januari.  
Hasil pengiklanan ASTRO merupakan hasil bersih selepas ditolak komisen dan diskaun.*

*Sumber: Media Prima dan ASTRO  
Rajah 4.20 Hasil Pengiklanan TV 2017 - 2019*

**HASIL LANGGANAN TV BERBAYAR  
FYE JAN 2018 - FYE JAN 2020**

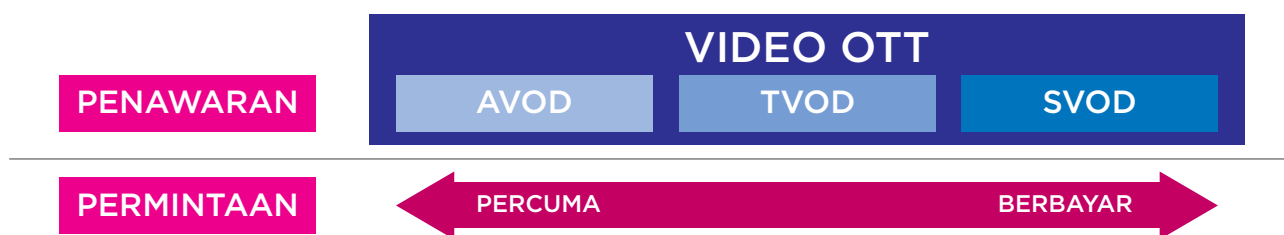


*Nota: Didedahkan sebagai hasil Langganan dan Lain-lain dalam penyata kewangan ASTRO, termasuk aliran seperti langganan TV, pendapatan pelesenan, hasil NJOI dll.*

*Sumber: ASTRO  
Rajah 4.21 Hasil Langganan TV Berbayar FYE Jan 2018 - FYE Jan 2020*

Pada Persidangan Penyiaran Antarabangsa (IBC) yang diadakan pada September 2019, syarikat penyiar dan media menyediakan model perniagaan baru, termasuk kombinasi video langganan atas permintaan (SVOD), video sokongan iklan atas permintaan (AVOD) dan sistem yang bersemuka dengan pengguna (*consumer-facing systems*)<sup>24</sup>.

#### MODEL PERNIAGAAN VIDEO OTT

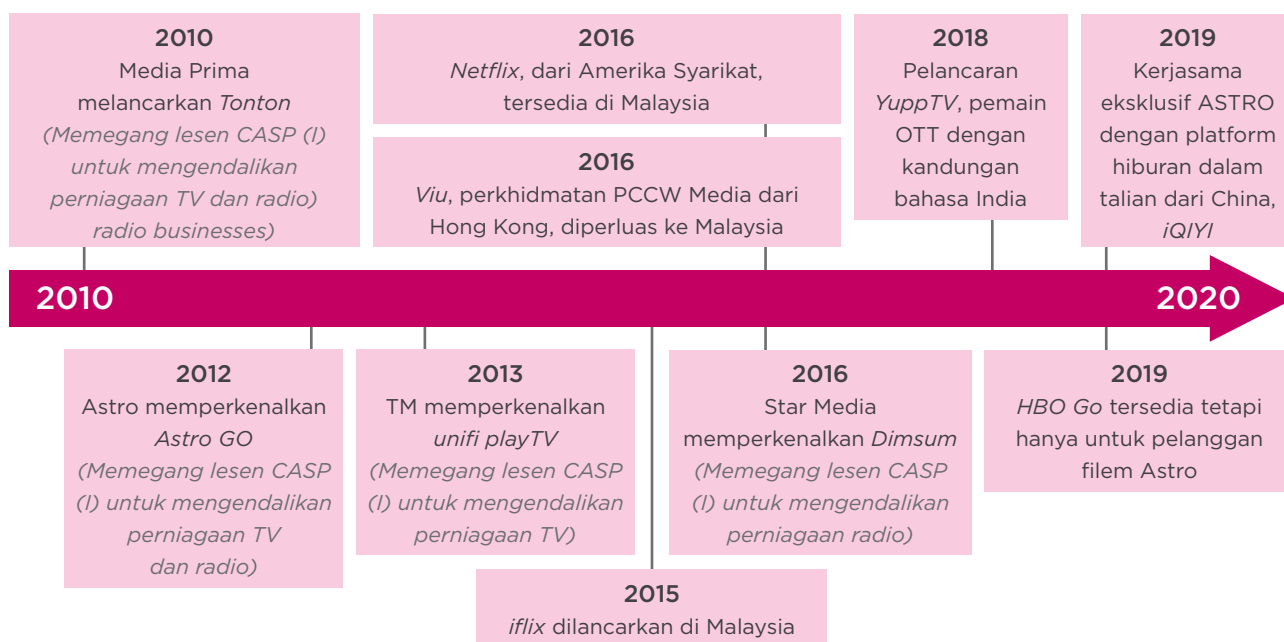


*Nota: TVOD ialah singkatan untuk video transaksi atas permintaan (transactional video on demand), yang dikenakan caj berdasarkan bayaran satu kali bagi setiap tontonan. Perkara ini berbeza daripada SVOD dengan langganan bulanan berulang atau langganan tahunan.*

Sumber: Pelbagai penyelidikan, MCMC  
Rajah 4.22 Model Perniagaan Video OTT

Rajah 4.23 menunjukkan perkhidmatan OTT di Malaysia. Penyiar tempatan yang memegang lesen CASP (I) turut menawarkan perkhidmatan video OTT bersama dengan penyedia perkhidmatan video OTT yang lain. Para penyiar menjangkakan persaingan akan semakin meningkat antara pemberi perkhidmatan tradisional dan penyedia perkhidmatan video OTT yang memperoleh kandungan yang sama, kerana pada dasarnya, mereka semua menyasarkan penonton yang sama.

#### PERKHIDMATAN OTT SELAMA 10 TAHUN DI MALAYSIA



*Nota: Astro GO dahulunya dikenali sebagai Astro on the Go; unifi playTV dahulunya dikenali sebagai HyppTV Everywhere; NJOI Now (di bawah ASTRO) telah menghentikan perkhidmatannya pada tahun 2019.*

Sumber: MCMC, Rencana Surat Khabar  
Rajah 4.23 Perkhidmatan OTT selama 10 Tahun di Malaysia

Pada tahun 2019, Media Prima bekerjasama dengan iflix, seterusnya membuka peluang untuk pengewangan kandungan yang lebih tinggi melalui model perniagaan iflix dengan sokongan iklan yang dipanggil “iflix FREE”. Tahun 2019 tersebut turut menyaksikan ASTRO bekerjasama dengan pemain OTT yang lain. Pada bulan Mei 2019, perkhidmatan HBO Asia yang berasaskan Internet, HBO GO, dilancarkan di Malaysia secara eksklusif di ASTRO, sementara pada November 2019, ASTRO bekerjasama dengan iQIYI, sebuah platform penstriman video dari China.

24 IBC, IABM: Three IBC 2019 Takeaways, 2019

## PENYIARAN RADIO

Radio merupakan medium perantara yang paling meluas digunakan. Keupayaannya yang unik untuk menjangkau audiens yang paling luas bermaksud ia dapat digunakan oleh pelbagai komuniti, menawarkan beraneka rancangan, sudut pandangan dan kandungan. Kini, selain daripada radio tradisional, terdapatnya juga radio satelit, siaran radio digital dan stesen radio yang boleh didengari melalui Internet. Siaran radio moden merangkumi berita, rancangan bual bicara, sukan, rancangan keagamaan dan pelbagai genre muzik.

Tambahan pula, radio merupakan medium yang paling dipercayai berbanding dengan TV dan media

sosial. Dalam tinjauan yang dijalankan oleh European Broadcasting Union (EBU) di 33 buah negara Eropah, sebanyak 20 daripada 33 buah negara paling mempercayai radio, berbanding dengan TV yang hanya mendapat kepercayaan sebanyak 13 daripada 33 buah negara.

Menurut Pertubuhan Bangsa-Bangsa Bersatu, terdapat kira-kira 44,000 stesen radio di seluruh dunia dan sekurang-kurangnya 75% daripada isi rumah di negara-negara membangun mempunyai capaian kepada radio. Pada tahun 2019, terdapat 28 stesen radio milik swasta di Malaysia.

## PENDENGAR RADIO DI MALAYSIA

Radio tradisional terus menjangkau seramai 20.6 juta orang pendengar atau 97% daripada penduduk Semenanjung Malaysia yang berumur 10 tahun dan ke atas (18.3 juta orang pendengar atau 89% dari kawasan bandar; 2.3 juta orang pendengar atau 11% dari kawasan luar bandar). Peratusan pendengar radio di Malaysia (97%) adalah lebih tinggi berbanding dengan Austria (95%), Brisbane (94.5%) dan Finland (92%).



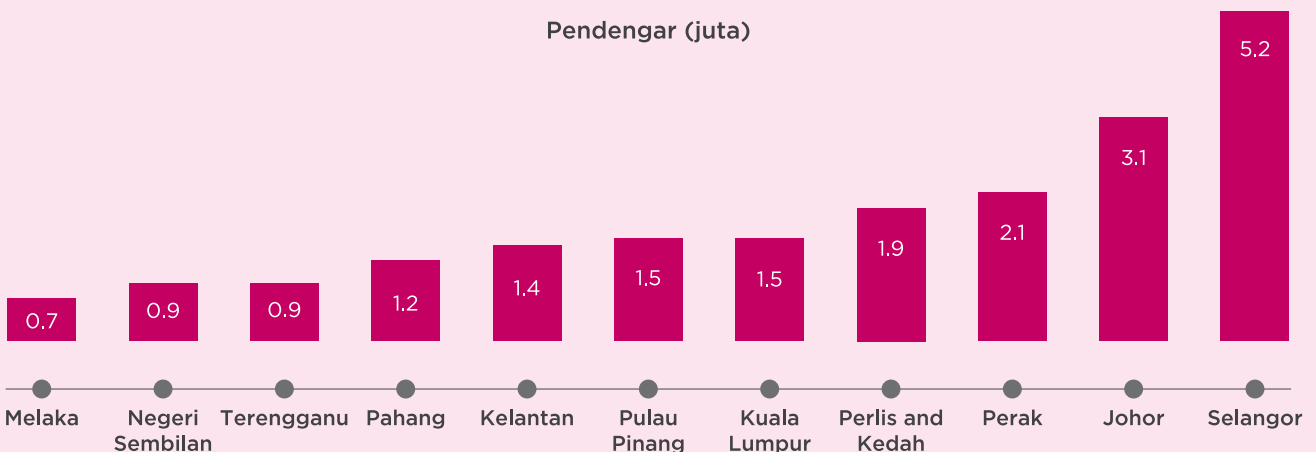
**Pendengar Radio mencecah 97% daripada penduduk Semenanjung Malaysia**

Pendengar Radio mengikut wilayah di Semenanjung Malaysia adalah seperti berikut:



### PENDENGAR RADIO MENGIKUT NEGERI

Pendengar (juta)



Sumber: GfK

Rajah 4.24 Pendengar Radio mengikut Negeri

## PENDENGARAN RADIO MENGUASAI AUDIO DALAM KERETA

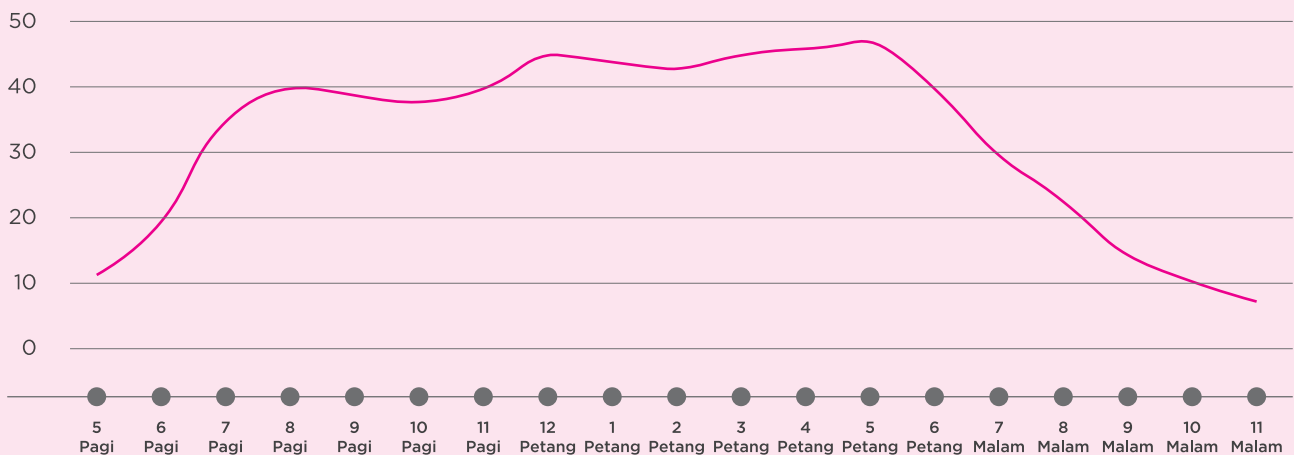
Apabila orang ramai berada di dalam kereta, radio merupakan peneman audio yang amat dominan, terutamanya semasa kesesakan lalu lintas pada waktu puncak ketika mereka berulang-alik dari rumah ke pejabat dan begitu juga sebaliknya. Menurut kajian daripada GfK<sup>25</sup>, rancangan sarapan pagi hari bekerja (Isnin hingga Jumaat, 6 pagi hingga 10 pagi) ialah slot paling popular yang menarik jumlah pendengar yang mencecah 14.6 juta orang setiap minggu, manakala rancangan semasa pemanduan perjalanan (*drive time*) (Isnin hingga Jumaat, 4 petang hingga 8 malam) bersaing rapat sebagai slot yang kedua paling popular, menjangkau seramai 14.5 juta pendengar dalam seminggu.

Nielsen dalam laporan kajiannya yang bertajuk *Audio Today 2019* mendapati pola pendengaran di kalangan pendengar radio berubah mengikut masa. Bagi orang dewasa yang berumur 18 tahun dan ke atas, jumlah bilangan pendengar meningkat dengan ketara dari jam 6 pagi hingga 9 pagi, dan menurun selepas jam 6 petang, memberikan petunjuk bahawa kebanyakan daripada mereka mendengar radio semasa perjalanan dari rumah ke pejabat dan sebaliknya.

### JANGKAUAN RADIO MENGIKUT BAHAGIAN HARI (DAYPART)

Isnin - Jumaat

Jangkauan setiap jam (%)



Sumber: Nielsen, *Audio Today*, Jun 2019

Rajah 4.25 Jangkauan Radio mengikut Bahagian Hari (Daypart)



25 GfK merupakan suatu firma penyelidikan yang menyediakan maklumat pasaran dan pengguna yang berkaitan

## PENYIARAN RADIO DALAM ERA DIGITAL

Bagi penyiar radio yang mapan, ledakan pilihan daripada platform digital membawa cabaran baru melalui peningkatan persaingan untuk pendengar dan hasil. Penyiar juga menghadapi kenaikan kos kerana perlu melabur dalam platform baru dan mesti menangani peningkatan persaingan daripada media yang lebih banyak jenisnya. Oleh itu, model perniagaan penyiar perlu berkembang, mewujudkan model baru yang unik iaitu model yang mempunyai elemen sentuhan peribadi untuk disasarkan kepada audiens tertentu.

Pada 24 Jun 2019, Astro Radio melancarkan 'SYOK', platform gaya hidup dan hiburan pelbagai bahasa yang menawarkan siaran langsung radio, video asli, audio siar eksklusif, rencana dan peraduan kepada rakyat Malaysia. Pada platform SYOK, rakyat Malaysia boleh mengimbas sehingga 25 saluran Astro Radio dari mana-mana lokasi, dan menikmati audio siar semua kandungan siaran langsung radio (radio atas permintaan). SYOK tersedia dalam talian dan pada aplikasi mudah alih untuk memenuhi keperluan corak penggunaan media yang berubah.

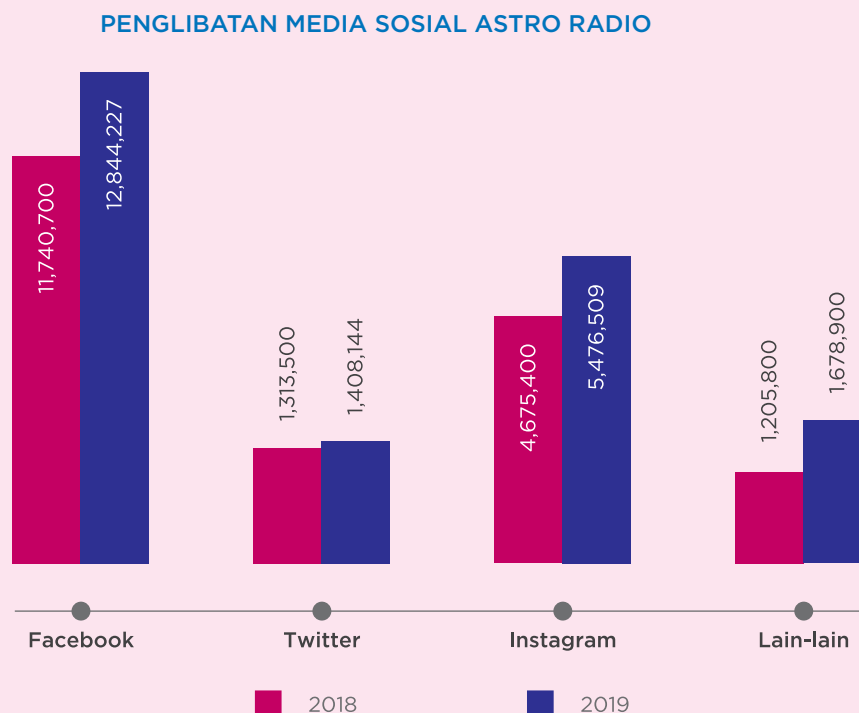
Disokong oleh kadar penembusan Internet di Malaysia yang tinggi, terdapat 28.7 juta orang pengguna Internet atau 87% daripada keseluruhan penduduk. SYOK dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui penstriman digital melalui Internet.

Astro Radio mendekati pendengar melalui pelbagai platform digital seperti berikut:

Apple App Store dan Google Play. Sehingga bulan Oktober 2019, jumlah aplikasi yang dimuat turun untuk Astro Radio mencecah sejumlah 448,691 muat turun (iOS: 26%; Google Play: 74%)

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram dan lain-lain.

Rajah 4.26 menunjukkan bilangan pengikut ASTRO Radio mengikut platform media sosial.



Sumber: ASTRO

Rajah 4.26 Penglibatan Media Sosial ASTRO Radio



Media Prima juga meningkatkan penglibatan pendengar melalui Internet, terutamanya melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Pada bulan Oktober 2019, Media Prima melalui jenama penyiarannya iaitu Fly FM, Hot FM, One FM dan Kool FM berjaya menarik lebih daripada 302 juta tontonan video dan lebih daripada 24 juta penglibatan daripada kandungan yang dihantar pada platform media sosial. Di samping itu, Media Prima juga berjaya menarik seramai 3.5 juta dan 1.8 juta orang pengikut pada platform Facebook dan Instagram mereka.

#### JUMLAH BILANGAN PENGIKUT MEDIA SOSIAL PENDENGAR RADIO MEDIA PRIMA

Platform Media Sosial	Tahun 2018				Tahun 2019			
	FLY FM	HOT FM	One FM	Kool FM	FLY FM	HOT FM	One FM	Kool FM
Facebook	813,354	3,432,312	912,117	214,460	804,932	3,510,500	927,416	207,872
Twitter	376,069	1,755,916	8,760	10,474	NA	1,800,000	8,767	11,824
Instagram	53,000	1,552,381	123,115	216,098	58,766	1,750,085	152,961	238,797
Lain-lain	46,668	232,431	109,172	72,500	51,139	726,000	108,898	77,300

Sumber: Media Prima Radio

Rajah 4.27 Jumlah Bilangan Pengikut Media Sosial Pendengar Radio Media Prima

Bernama Radio, stesen radio pertama di Malaysia sejak tahun 2007 yang mengkhusus dalam penyampaian berita, telah menyusun semula hala tuju syarikat dengan memberikan tumpuan pada berita perniagaan terutamanya mengenai perkembangan industri kecil dan sederhana di Malaysia mulai 1 Oktober 2019. Berita tersebut bersiaran dalam Bahasa Malaysia.

Bernama Radio turut menyediakan perkhidmatan digital. Pada bulan Disember 2019, Bernama Radio memperkenalkan Spotify Bernama Radio. Selain itu, Bernama Radio juga mendekati pendengar melalui platform media sosial seperti Facebook dan Instagram untuk pendengaran yang lebih luas disebabkan kawasan liputan yang terhad kepada Lembah Klang, Johor, Kota Kinabalu dan Kuching sahaja. Sehingga Oktober 2019, jangkauan pendengar untuk Bernama Radio adalah seramai 5.5 juta pendengar. Bernama Radio dijangka akan memanfaatkan MyFreeview dengan menempatkan siaran Bernama Radio dalam saluran MyFreeview, yang akan dilaksanakan pada tahun 2020 untuk mengimbangi kekurangan liputan.

Manis FM, stesen radio yang berpusat di Terengganu telah meningkatkan jangkauan dan pendengaran siarannya di beberapa kawasan sasaran kerana permintaan yang tinggi. Manis FM telah memasang pemancar di Bukit Bauk, Dungun, Terengganu dan Bukit Bakar, Machang, Kelantan untuk meningkatkan isyarat pemancaran di kawasan Terengganu Tengah dan Kelantan Selatan. Manis FM juga telah diperakui sebagai rakan media strategik untuk Kerajaan Negeri Terengganu, dan memainkan peranan yang penting sebagai penyiar utama dalam menyampaikan maklumat dan program yang dijalankan oleh Kerajaan Negeri Terengganu kepada masyarakat umum melalui format radio komersial.

Manis FM juga sedang memeriksa potensi platform DTT dan penyediaan penyelesaian pemasaran digital melalui kandungan, video, pemasaran sosial, pengiklanan programatik, paparan serta pakej yang diperibadikan untuk pendengar sasarannya.

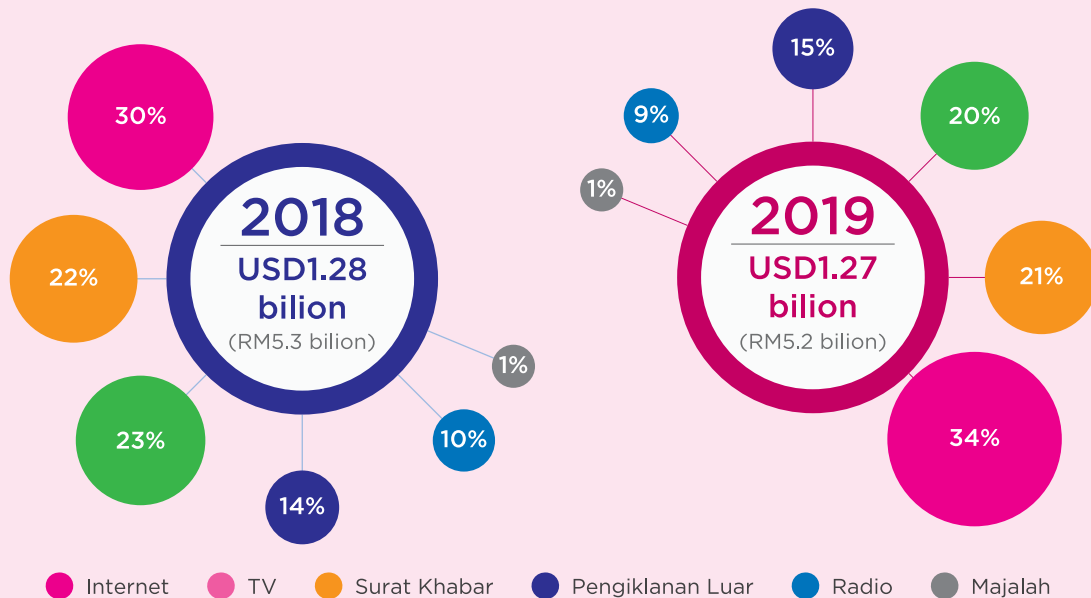
Di Sarawak pula, CatsFM terus memperkukuh kehadirannya dalam pasaran tempatan dengan memberi penekanan dalam penerbitan kandungan tempatan dan menjalankan lebih banyak aktiviti luar untuk meningkatkan penglibatan pendengar dengan penyertaan pihak ketiga seperti pihak Kerajaan Negeri Sarawak dan entiti swasta. CatsFM juga terus meningkatkan jumlah pendengar dengan mengadakan interaksi yang intensif bersama orang ramai, dengan memulakan perjalanan digital melalui penganjuran Anugerah Digital menerusi penstriman secara langsung melalui Facebook, pemuzik tempatan daripada Carta CATS Xposed, seterusnya membuka lebih banyak peluang pengewangan.

Melangkah ke hadapan, radio tradisional akan terus menghadapi persaingan yang sengit daripada platform digital. Pada tahun 2020, pasaran penyiaran radio akan menjadi lebih kukuh dengan fokus yang lebih besar terhadap platform digital. Radio kini boleh dicapai melalui pelbagai platform, iaitu Facebook, Instagram dan laman sesawang. Dalam memastikan kemampuhan, penyiar radio akan terus menjalin kerjasama baru dan memberikan perkhidmatan yang lebih baik melalui aplikasi mudah alih khusus dengan matlamat untuk membina jenama yang lebih kukuh dan menyampaikan nilai yang lebih tinggi kepada pendengar.

## PERBELANJAAN PENGIKLANAN (ADEX)

Magna Global meramalkan pada tahun 2019, Malaysia mencatatkan ADEX berjumlah USD1.3 bilion (RM5.2 bilion), sedikit penurunan berbanding USD1.28 bilion (RM5.3 bilion) yang direkodkan pada tahun 2018. Pada tahun 2019, Internet meraih bahagian pasaran yang terbesar sebanyak 34% atau USD439 juta (RM1.8 bilion), diikuti oleh TV (21%) dan surat khabar (20%), masing-masing berjumlah USD266 juta (RM1.1 bilion) dan USD252 juta (RM1 bilion).

### BAHAGIAN PASARAN ADEX MALAYSIA



Nota: Kadar pertukaran wang asing pada 31 Disember 2019 adalah RM4.0925 = USD1; Pada 31 Disember 2018 adalah RM4.1385 = USD1

Sumber: Magna Global

Rajah 4.28 Bahagian Pasaran ADEX Malaysia

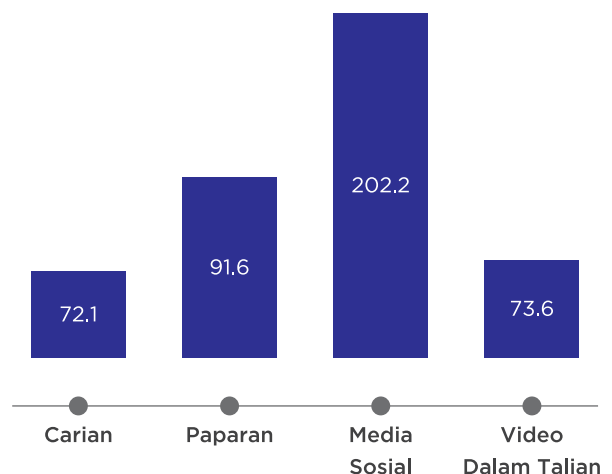
## PENGIKLANAN INTERNET

Pengiklanan Internet menjadi semakin popular di kalangan pengiklan disebabkan pelbagai faktor seperti sasaran yang lebih meluas, yang berupaya untuk meluaskan jangkauan global dan kempen multiplatform. Selain keberkesanan dari segi kos, pengiklanan Internet juga dapat membina kesedaran jenama.

Mengikut kategori, platform media sosial merupakan penyumbang ADEX. Pengiklan mencapai para pengguna melalui platform media sosial kerana jangkauannya yang luas. Tambahan pula, Malaysia merupakan antara negara dengan bilangan pengguna media sosial yang tinggi, di mana 75% daripada pengguna Internet (atau 24 juta orang pengguna) di Malaysia menggunakan perkhidmatan media sosial, meluangkan secara purata tiga jam sehari pada laman media sosial.<sup>26</sup>

### PENGIKLANAN INTERNET MENGIKUT KATEGORI 2019

ADEX (USD juta)



Sumber: Magna Global

Rajah 4.29 Pengiklanan Internet mengikut Kategori 2019

26 ASTRO Awani, Malaysia negara ke-9 paling aktif media sosial, ke-5 paling ramai guna e-dagang, Januari 2018