

DAFTAR ISI

BAB I EVOLUSI MEDIA DI INDONESIA	1
A. Media Cetak Era Kolonial Hingga Kemerdekaan	2
B. Media Cetak Era Orde Lama	4
C. Media Cetak Era Orde Baru	9
D. Media Cetak Era Reformasi	16
BAB II KEPAMILIKAN MEDIA	19
A. Kekuatan Baru Media	22
BAB III MEDIA CETAK ERA DIGITAL	24
A. Karakter Khas Media Cetak	26
B. Media Digital	29
C. Konvergensi Media	31
BAB IV MEDIA CETAK PADA ERA DISRUPSI	34
BAB V STRATEGI MEDIA DI INDONESIA BERTAHAN DI ERA DISRUPSI	43
A. Strategi Media untuk Bertahan	45
B. Kolaborasi	47
C. Adaptasi dengan berbagai perkembangan teknologi baru	49
D. Mengurangi Jumlah Halaman Untuk Efisiensi Produksi	52
E. Menjadi perusahaan media cetak multiguna	53
F. Verified Information Sebagai Branding Media Cetak	54
G. Bergabung dengan media-media multinasional	55
H. Efektivitas dan efisiensi sumber daya manusia	55
I. Mengelola pelanggan baik pembaca maupun pemasang iklan	57
J. Melakukan Customer Relationship Management (CRM)	59

**BAB VI DOBEL DISRUPSI, ANCAMAN ATAU
PELUANG MEDIA CETAK**

71

Daftar Pustaka

83