

## DAFTAR ISI

---

<b>BAB I EVOLUSI MEDIA DI INDONESIA</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II KEPEMILIKAN MEDIA</b>	<b>19</b>
A. Kekuatan Baru Media	22
<b>BAB III MEDIA CETAK ERA DIGITAL</b>	<b>24</b>
A. Karakter Khas Media Cetak	26
B. Media Digital	29
C. Konvergensi Media	31
<b>BAB IV MEDIA CETAK PADA ERA DISRUPSI</b>	<b>34</b>
<b>BAB V STRATEGI MEDIA DI INDONESIA BERTAHAN DI ERA DISRUPSI</b>	<b>43</b>
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